

Nachfragekurve

Eine Nachfragekurve zeigt an, wie die nachgefragte Menge eines Gutes reagiert, wenn sich der Preis ändert. Normalerweise hat die Kurve einen fallenden Verlauf. Die nachgefragte Menge steigt, wenn der Preis fällt und umgekehrt. Zu unterscheiden sind ein „reiner Preiseffekt“ und ein „Einkommenseffekt“, die zusammen für eine mit steigendem Preis fallende Nachfragekurve sorgen.

Fallende Nachfragekurve

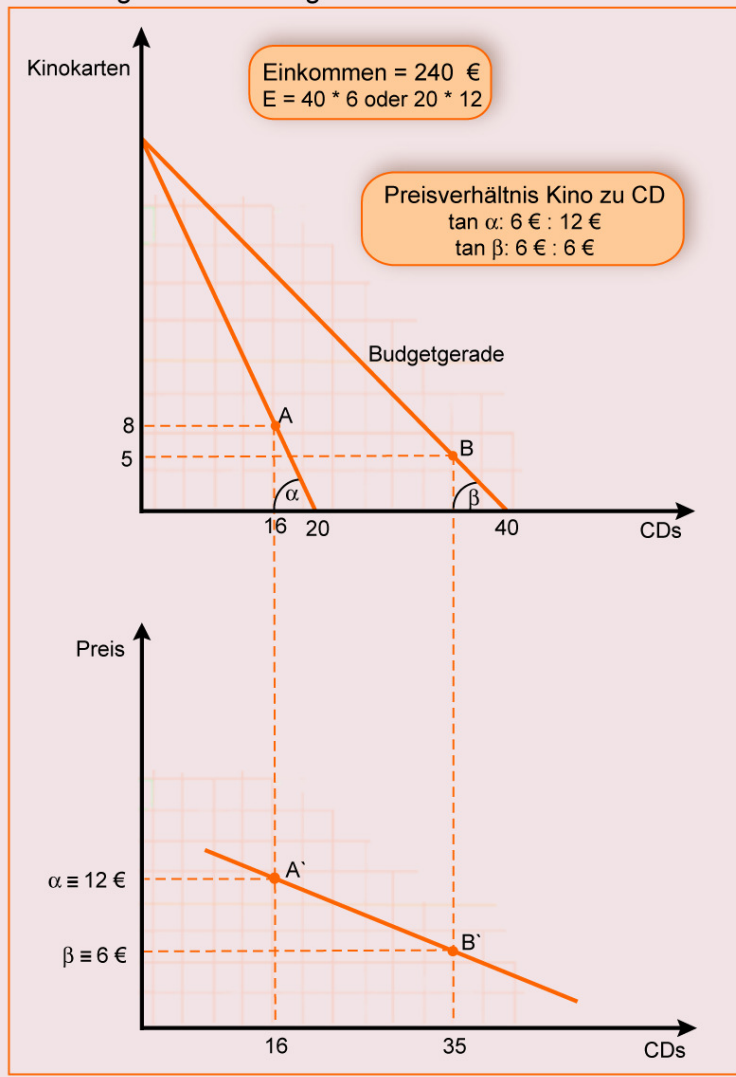
Die Nachfrage nach einem Gut hängt von seinem Preis, dem zur Verfügung stehenden Einkommen und den Präferenzen ab. Eine Nachfragefunktion gibt an, wie die nachgefragte Menge nach einem Gut reagiert, wenn sich der Preis ändert, wobei alle anderen Einflussfaktoren (Einkommen, Präferenzen) unverändert bleiben (Ceteris-paribus-Klausel). Normalerweise steigt die nachgefragte Menge, wenn der Preis fällt. Die Nachfragekurve hat deshalb eine negative Steigung, wenn auf der Abszisse die Mengen und auf der Ordinate die Preise abgetragen werden. Für den fallenden Verlauf gibt es zwei Gründe:

- Eine Preissenkung führt zu einer Erhöhung der Kaufkraft, weil der Konsument durch den niedrigen Preis für ein Gut mehr von allen Gütern kaufen kann. Diese Erhöhung der Kaufkraft begünstigt auch die Nachfrage nach dem Gut, das billiger wurde. Ökonomen nennen das den Einkommenseffekt einer Preisänderung.
- Klammert man diesen Einkommenseffekt aus, steigt die nachgefragte Menge mit fallendem Preis noch aus einem anderen Grund. Dies folgt aus einer Grenznutzenüberlegung. Es wird unterstellt, dass jede zusätzliche Einheit eines Gutes einen geringeren Nutzen als die vorherige stiftet (Gesetz vom fallenden Grenznutzen). Das zweite Glas Wasser bringt weniger Nutzen als das erste, weil der Hauptdurst gelöscht ist. Wenn man schon dreimal in der Woche im Kino war, bringt das vierte Mal weniger Freude. In dieser Logik ist jede zusätzliche Einheit eines Gutes auch weniger wert und der Konsument ist nur bereit es zu kaufen, wenn der Preis niedriger ist. Deshalb hat die Nachfragefunktion aufgrund dieses Effektes einen fallenden Verlauf.

Beispiel

Ein Zahlenbeispiel soll die Logik der Ableitung einer Nachfragekurve verdeutlichen. Am einfachsten kann das am Beispiel von 2 Gütern (CDs und Kinokarten) gezeigt werden. Der Preis soll für eine CD 12 Euro und für eine Kinokarte 6 Euro sein. Das verfügbare Budget beträgt 240 Euro. Diese Informationen werden in ein Mengendiagramm eingetragen. Auf der Y-Achse stehen die Mengen „Kinokarten“ und auf der X-Achse die Mengen „CDs“. Mit 240 Euro kann man 20 CDs kaufen oder 40-mal ins Kino gehen. Die eingezeichnete Budgetgerade E_1 schneidet deshalb bei 20 CDs die X-Achse und bei 40 Kinokarten die Y-Achse. Die Steigung dieser Geraden (Winkel α) gibt das Preisverhältnis Kinokarte zu CD (12 Euro zu 6 Euro oder 2:1) an. Alle Punkte auf dieser Budgetgeraden sind für den Konsumenten realisierbar. Punkte rechts davon sind bei den gegebenen Preisen und Einkommen nicht erreichbar. Der Konsument wählt den Punkt A (16 CDs und 8 Kinokarten). Das ist die Kombination der beiden Güter, die ihm den größten Nutzen stiftet. Dieser Punkt lässt sich in das darunter liegende Preis-Mengen-Diagramm eintragen (Punkt A'). Zum Preis von 12 Euro werden 16 CDs gekauft. Damit ist ein Punkt auf der Nachfragekurve bestimmt.

Ableitung einer Nachfragekurve



Die gesamte Nachfragekurve kann beim Einkommen von 240 Euro abgeleitet werden, in dem die nachgefragte Menge bei verschiedenen Preisen abgetragen wird. Werden CDs billiger, muss die Budgetgerade nach außen gedreht und gleichzeitig die Steigung verändert werden. Fällt der Preis auf 6 Euro schneidet die Budgetgerade die X-Achse jetzt bei 40 Stück und die Y-Achse wie bisher ebenfalls bei 40 Stück. Das neue Preisverhältnis beträgt 6 Euro zu 6 Euro - also 1:1. Der Winkel β entspricht diesem Preisverhältnis. Da CDs billiger geworden sind, steigt die Nachfrage (reiner Preiseffekt).

Durch die Preissenkung für die CDs ist der Konsument gleichzeitig reicher geworden (Einkommenseffekt). Bei gleichem Einkommen kann er sich nun maximal 40 statt 20 CDs für seine 240 Euro leisten. Er könnte sich auch von beiden Gütern mehr als vorher anschaffen, z.B. 24 CDs und 16 Kinokarten statt vorher 16 CDs und 8 Kinokarten. Aufgrund

seiner Vorliebe für Musik entscheidet sich der Konsument aber für 35 CDs und für nur 5 Kinokarten. Auch dieser Punkt wird in dem Preis-Mengen-Diagramm eingetragen und man erhält den zweiten Punkt (B') auf der Nachfragekurve.

Vorliebe für Musik hin oder her – wieso kauft sich der Konsument trotz höheren Einkommens nicht mehr CDs *und* mehr Kinokarten? Der Effekt der Preisänderung der CDs auf die Nachfragemenge nach Kinokarten ist unklar. Einerseits wirkt der Einkommenseffekt nachfrageerhöhend. Andererseits sind Kinokarten jedoch relativ gesehen teurer geworden. Bei einem Preis von 12 Euro für eine CD und 6 Euro für eine Kinokarte betragen die Opportunitätskosten für eine Kinokarte eine halbe CD. Nach der Preisänderung muss der Konsument nicht mehr auf eine halbe, sondern auf eine ganze CD verzichten, um einmal ins Kino zu gehen. Der relative Preis der Kinokarten ist gestiegen und das wirkt nachfragesenkend auf die Kinokarten. In unserem Beispiel ist dieser reine Preiseffekt größer als der Einkommenseffekt. Deshalb fällt die Nachfragemenge nach Kinokarten von 8 auf 5. Bei einer anderen Präferenz kann es bei Preissenkungen für CDs zu einer Erhöhung der nachgefragten Menge nach Kinokarten kommen. Eine Verminderung der Nachfragemenge nach CDs ist jedoch ausgeschlossen, solange kein Sonderfall vorliegt, bei dem die Nachfrage mit steigendem Einkommen fällt (sog. einkommensinferiore Güter).