


Markt-, Güterarten ?

Knappheitsproblem ? Grundzüge der VUL ? S37 !

Adam Smith ?

VUL Produktionsfaktoren S. 17-20

externe Kosten S.23

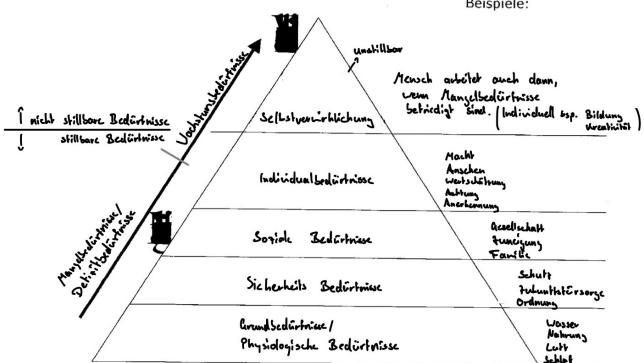
+ Freihandel - Meinung

Bedürfnispyramide Maslow

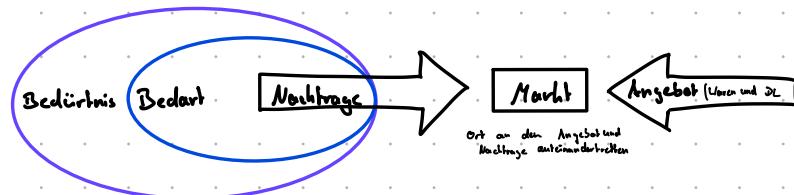
Der rationale Mensch schreibt erst die „dringlichen“ Bedürfnisse.

Erst nach Befriedigung einer Stufe Aufstieg zur nächsten.

Beispiele:



Bedürfnis, Bedarf, Nachfrage



Bedürfnis: Bedürfnisse entstehen aus dem Gefühl eines Mangels und dem gleichzeitigen Wunsch diesen zu beseitigen
 => Beobachtungswunsch von Mängelempfunden „abstrakter Wunsch“

Nachfrage: richtet sich auf Güter, mit denen Bedürfnisse befriedigt werden können.
 Am Markt erscheinender tatsächlicher Bedarf.

Bedarf: Ist ein konkretisiertes Bedürfnis, zu dessen Befriedigung Kraft und Zeit eingesetzt wird. -> sichtbare Nachfrage
 => Mit Kraft eingesetztes Bedürfnis „konkreter Wunsch“

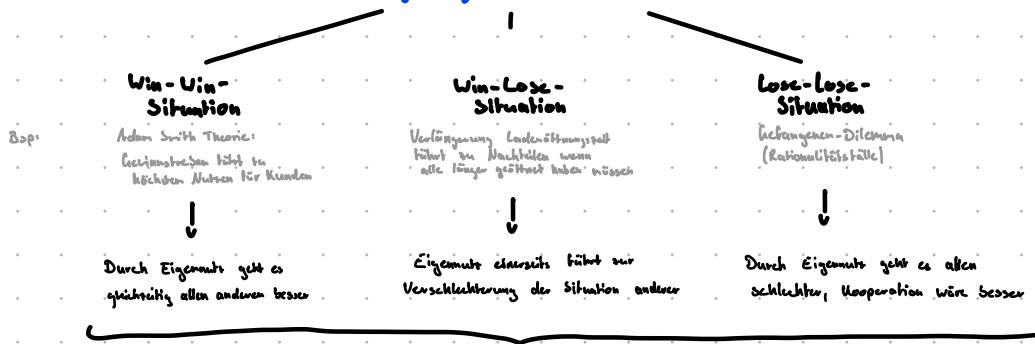
Gut: Ein Gut ist jedes Mittel, das geeignet und in der Lage ist, einen Nutzen zu stiften, d.h. das Bedürfnis zu befriedigen

Bedürfnisarten: Dringlichkeit: Existenz-/Kultur-/Luxusbedürfnisse
 Konkretheit: materielle / immaterielle Bedürfnisse
 Art Bedürfnisbefriedigung: kollektive / individuelle Bedürfnisse

Problem: unendliche Bedürfnisse
 begrenzte Güter
 -> wirtschaften

Folgen individuell rationalen Handelns

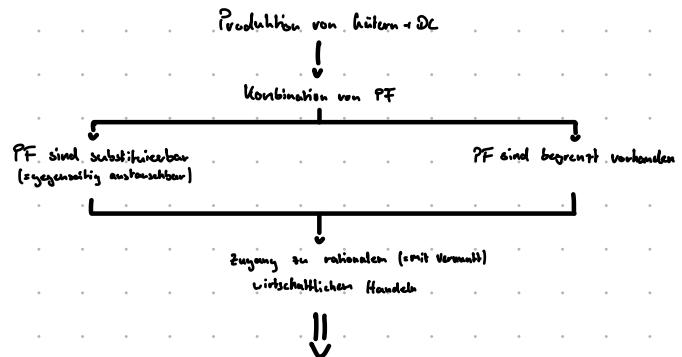
Folgen egoistischen Handelns



Bei wirtschaftlichen Entscheidungen führt Eigennutz nicht immer zur Nutzenmaximierung.

Häufig führen Kooperation, Fairness und die Berücksichtigung sozialer Normen zum größten Nutzen für alle.

Ökonomisches Prinzip



Maximalprinzip

mit gegebenen Mitteln

eine möglichst hohe Leistung

beste Mittel \leftrightarrow variable Leistung

Minimalprinzip

mit möglichst geringen Mitteln

eine vorbestimmte Leistung

variable Mittel \leftrightarrow beste Leistung

Güterarten + free-rider

- Private Güter** (=wirtschaftliche Güter)
Brotzel
- = Ausschlussprinzip + Rivalität im Konsum
=> Benutzung ist von Ausgenützung (bedl.) abhängig, da knapp
- Negative Effekte, wenn das Produkt durch zu viele konsumiert wird
(z.B. Auto > SP | Club > 2000)
- Kann nur von einer Person konsumiert werden, andere können von Konsum ausgeschlossen / gehindert werden (z.B. Brotzel nur für einen)
- Öffentliche Güter** (=Kollektivgüter)
Bildung, Straßenbeleuchtung
- = keine Ausschließbarkeit + keine Rivalität im Konsum
=> häufiges Problem der "Trittbrettfahrer" (free-rider)
=> oft Marktversagen
- Straße nachts weiter für alle hell, auch wenn weitere Menschen in die Stadt ziehen
Für genommen der keine wenige Steuern zahlt, kann man nicht extra dorthin machen und auf Beleuchtung verzichten

- Freie Güter**
Sonnenlicht, Wind
- = keine Ausschließbarkeit + keine Rivalität im Konsum
- Marktversagen: bei öffentlichen und freien Gütern muss meistens der Staat eingreifen, da sie nicht für den Handel mit Märkten geeignet sind (Trittbrettfahrerproblem,...).
- Bsp.: Urweltschutz

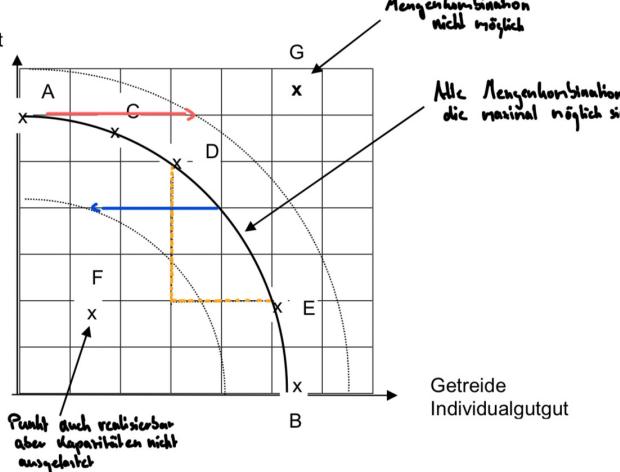
- free-rider-Problem:
- zwei Beteiligte:
 - es ist besser abzuwählen, zu zahlen
 - \rightarrow um kostengünstig zu erhalten
 - ↳ kein Konsens nicht zu Stande, da beide nicht zahlen
 - \rightarrow Gutmangeldilemma \rightarrow man müsste wahrscheinlich alleine zahlen

Y das: Gutmangeldilemma

Produktionsmöglichkeiten und Opportunitätskosten

1

Straße
Kollektivgut



Rechtsverschiebung: → technischer Fortschritt, mehr Bevölkerung/ATK

Linksverschiebung: ← Krieg

Krümmung der Kurve: Mehr Getreide → schlechtere Böden

Mehr Straßen → Arbeiter umstücken, einarbeiten

Opportunitätskosten: $B = \frac{\text{Verricht Gut A}}{\text{Mehrproduktion Gut B}}$

⇒ Kosten der alternativen Verwendung

Dop.: + 2 Getreide
- 3 Straßen

$$B = \frac{2}{3} = 1,5$$

⇒ Für 1 EH mehr Getreide muss auf 1,5 EH Straßen verzichtet werden

Kapitalbildung VWL

Konsumverzicht/nicht Ausgeben des Einkommens

= Sparen

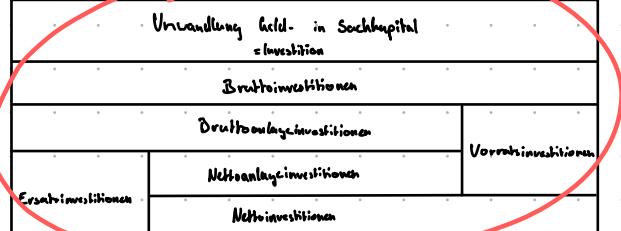
↓
Bildung von Wirtschaftskapital

Umwandlung Geld- in Sachkapital
= Investition

Bruttoinvestitionen

Bruttoanlageninvestitionen

Vorrainvestitionen



Kapitalkoeffizient

Beschäftigungsquote

Einkommensquote

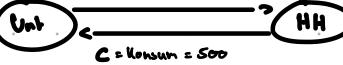
↓
erhöht
Produktivitätserhöhung

↓
erhöht
höhere Nachfrage

↓
Lebensstandard steigt

einfacher und vollständiger Wirtschaftsraum

$$Y = \text{Einkommen} = 500$$



Modell einer stationären VW

→ das gesamte Einkommen wird verschwendet

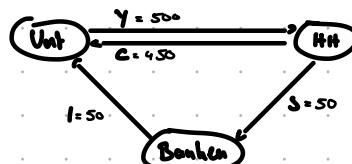
↓

Es wird aber geplant:
C = Verbrauch

↓

Modell einer evolutorischen (sich fortentwickelnden) VW

→ Einkommen wird für C und S ausgetauscht
→ Idee: „Blauer Wirtschaftsraum“: geschlossenes System



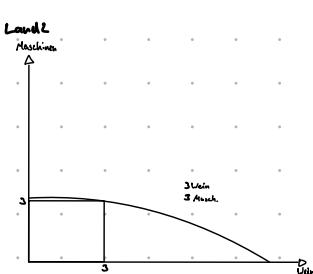
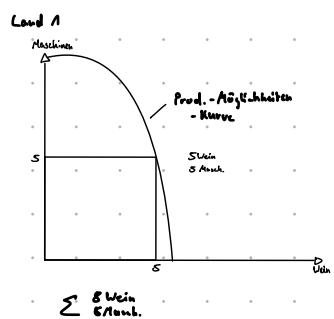
⇒ Aus Unt-Sicht: $Y = C + I$

Aus HH-Sicht: $Y = C + S$

→ $I = S$

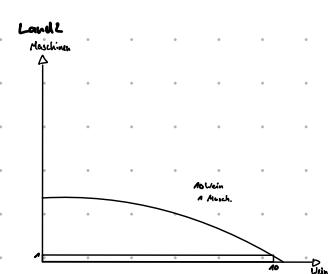
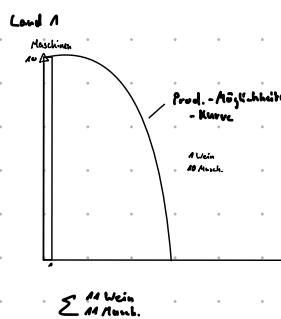
(globale) Arbeitsteilung

Protektionismus: kein Warenaustausch, Märkte sind „geschlossen“
Jeder VW produziert alle Güter selber



Arbeitsteilung: offene Märkte.

Jeder Produktiert das, was die VW am besten kann



→ Mehrproduktion bei gleichen Arbeitszeitaufwands nur durch verbesserte gesellschaftliche Organisation bei der Arbeit

Zusatz: Komparativer Kostenvorteil: Welches Produkt kann relativ kostengünstiger (effizienter) hergestellt werden

→ dann Spezialisierung

S 44

Vor-Nachteile

+

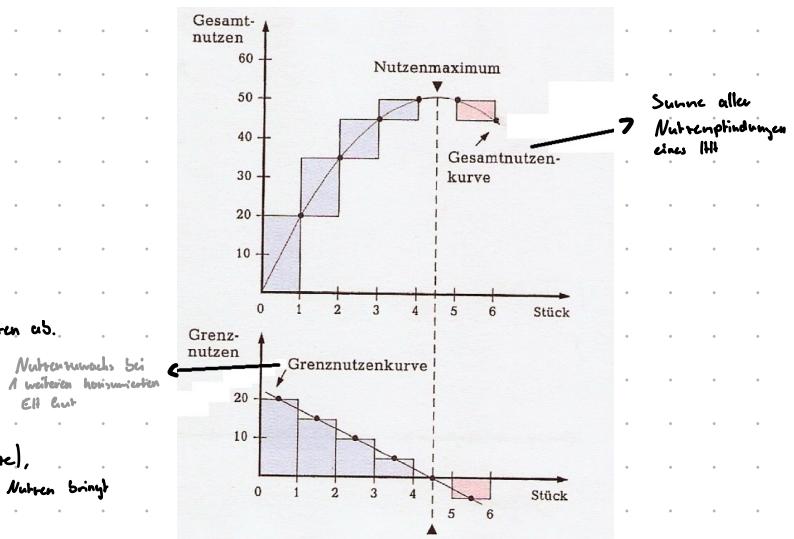
- bessere & schnellere Versorgung mit Gütern und Ds.
- Produkte billig
- hoher tech. Fortschritt
- mehr Mobilität möglich

- Schere zw. Arm & Reich vergrößert sich
- Umweltprobleme
- Absiedlung von Unternehmen in Niedriglohnländer
- wachsende gegenseitige Abhängigkeit

Gossesche Gesetze

- HH tragen am Markt nach Gütern nach, die ihnen Nutzen verschaffen (= Bedürfnisse befriedigen)
- Bis zur vollen Bedürfnisbefriedigung (= Nutzenmaximum) bringt es etwas, noch mehr zu konsumieren (Nutzenkurve positiv, Gesamtnutzen steigt weiter)
- Ist Sättigungsmenge überschritten, reduziert sich bei jeder weiteren EH der Gesamtnutzen (Gesamtnutzen ist negativ)

1. Gesetz: Mit zunehmender Bedürfnisbefriedigung nimmt der Grenznutzen ab.
Gesetz des Wertabnahmes



2. Gesetz: - hantiert ein HH mehrere Güter, kommt es (bis zur Budgetbegrenzung), die Gütekombination die ihm INSAMMELT den höchsten Nutzen bringt
→ kommt die Güter mit höchsten Grenznutzen
- Nutzen dann maximal, wenn die Grenznutzen aller Güter gleich sind
Gesetz des Nutzenausgleichs

Nachfragetheorie

Gesetz der Nachfrage

- Die Nachfrage nach einem Gut steigt, wenn der Preis fällt
⇒ Bewegung auf der N-Kurve

- Eine Verschiebung der N-Kurve erfolgt, wenn sich die Rahmenbedingungen eines HH ändern.

$$\text{Nachfrage-Gleichung: } p = \frac{c}{x} - mx$$

Preis / Menge
N-Kurve meist negativ

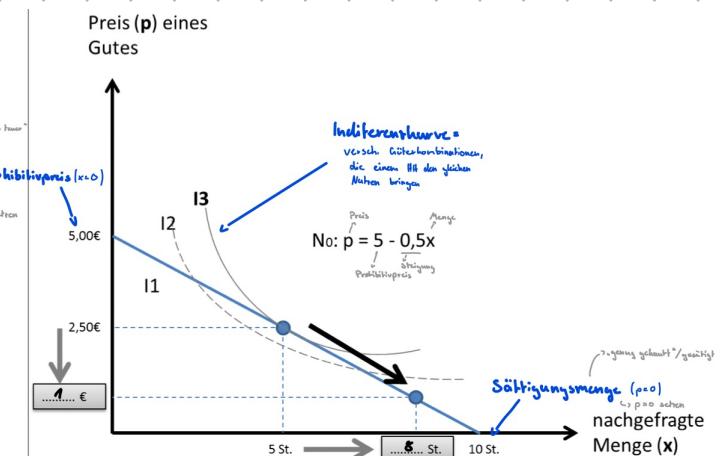
Die Markt nachfrage

- Die Markt nachfrage nach einem Gut (Gesamt nachfrage) ist die Nachfrage aller privaten HH nach einem Gut
 - Sie ergibt sich aus der Aggregation (Addition) aller individuellen HH-nachfragen
- rechnerisch & graphisch

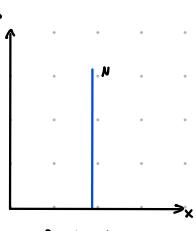
Vorgehensweise

s. S 50-52

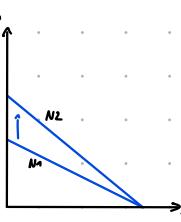
1. Prohibitivpreis berechnen ($x=0$)
2. Sättigungsmenge berechnen ($p=0$)
3. N-Grafiken einzeichnen (der HH)
4. Tabelle → Prohibitivpreise (= Kurve)
5. Ges.-N-Kurve zeichnen



Sonderfälle



z.B. Beutelspender:
keine Menge Beutel;
Preis egal
∅ sollten offiziell nicht verfügbare Ds



Drehung: z.B. höhere Zahlungsbereitschaft,
aber keine höhere Abnahmebereitschaft

Tabelle Beispiel:	P=0	HHA	HHB	Summe
	0	10	9	19
	0,5	5	3	8
Prohibitivpreis B	→ 0,8	2	0	2
Prohibitivpreis A	→ 1	0	1	1

gleich, da HHB „entfällt“

Preiselastizität der Nachfrage

Direkte ... Bsp:

	Preis	Menge
vorher	40 €	100
nachher	50 €	50
abs. Veränd.	10 €	-50
proz. Ver%	$\frac{10}{40} = 25\%$	$\frac{-50}{100} = -50\%$
Elastizität ϵ	$\left \frac{-50}{-25} \right = 2$ Preis 1% ↑ Nachfrage 2% ↓	

Nachfrage ist elastisch > 1
 \Rightarrow Preis muss runter

- Die Beziehungen der Mengen- und Preisänderungen nennt man Preiselastizität der Nachfrage
- Bedeutung von $\epsilon=2$: Preiserhöhung um 1% führt zu Nachfrageabnahme von 2%
- Umsatzsteigerung: Bei (un-)elastischer Nachfrage die Preise erhöhen senken
- Umsatzeffekt: proportional elastische Nachfrage ($=1$)

Formel

$$\epsilon_{dir} = \left| \frac{\Delta x_A [x]}{\Delta p_A [x]} \right| = \left| \frac{\frac{\Delta x}{x_{alt}}}{\frac{\Delta p}{p_{alt}}} \right|$$

$\Delta x = x_{neu} - x_{alt}$ (Veränderung)

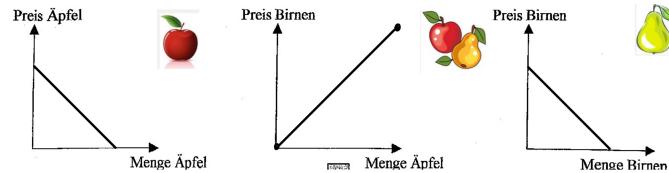
> 1 elastisch (schlecht)
 < 1 unelastisch (gut/in ordnung)
 $= 1$ proportional elastisch (optimal)

indirekt

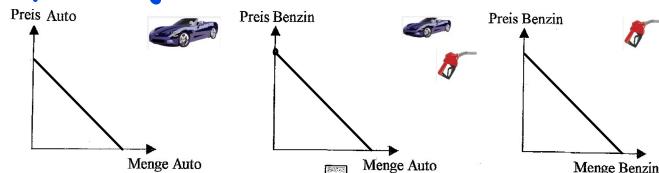
Formel

$$\epsilon_{ind} = \frac{\Delta x_A [x]}{\Delta p_B [x]} = \frac{\frac{\Delta x_A}{x_{alt}}}{\frac{\Delta p_B}{p_{alt,alt}}} > 0 \text{ Substitutionsgut} \quad < 0 \text{ Komplementärprodukt} \quad (\text{Substitutionselastizität})$$

Bsp: Substitutionsgüter:



Komplementärprodukte:



Aufgabe zu Marktnachfrage

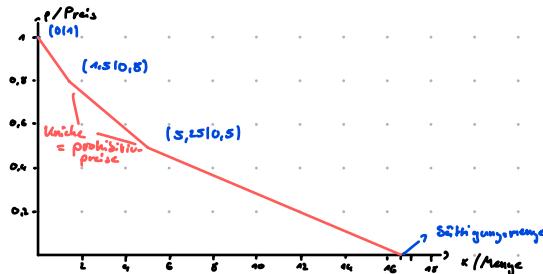
4 Haushalte (Kartoffeln In kg/ Woche)

Armin	Bert	Charly	Dieter
N1: $p = 1 - 0,4x$	N2: $p = 0,8 - 0,2x$	N3: $p = 1 - 0,2x$	N4: $p = 0,5 - 0,1x$

- a) Gesamtnachfrage der Märkte: Berechnen Sie die Prohibitivreise und Sättigungsmengen
 b) Zeichnen Marktnachfragekurve

	A	B	C	D	Markt
Prohibitivpreis ($x = 0$)	1	0,8	1	0,5	1 ^{Höchster Wert}
Sättigungsmenge ($p = 0$)	2,5	4	5	5	16,5 ^{alle 35m.}

$p =$	A	B	C	D	Markt (x)
0	2,5	4	5	5	16,5
0,5	1,25	1,5	2,5	0	5,25
0,8	0,5	0	1	1	1,5
1	0	1	0	1	0



Preis	Menge
30 € alt	150
40 € neu	100

Preis	Menge
10 €	250
20 €	200

$$\Delta p = 40 - 30 = 10 \text{ Menge} \quad \Delta p = 100 - 150 = -50 \text{ Menge}$$

$$\Delta p\% = \frac{10}{30} = \frac{1}{3} = 33\% \quad \Delta p\% = \frac{-50}{150} = -33\%$$

$$\left| \frac{\Delta x}{\Delta p} \right| = \left| \frac{33\%}{-33\%} \right| = 1$$

Preis	Menge
alt 2,00	1,90
neu 2	-5%

$$\Delta p\% = -5\% \quad \varepsilon_{dir} = \left| \frac{\Delta x\%}{\Delta p\%} \right| = \left| \frac{-5\%}{-5\%} \right| = 5$$

$$\Delta x\% = 2,5\%$$

$$\Delta p = 10 \quad \Delta x = -50$$

$$\Delta p\% = \frac{10}{10} = 100\% \quad \Delta x\% = \frac{-50}{250} = -20\%$$

$$\left| \frac{\Delta x\%}{\Delta p\%} \right| = \left| \frac{-20\%}{100\%} \right| = \frac{2}{10} = 0,2$$

Eine Produktionsfunktion:

zeigt den Zusammenhang zwischen dem Input (=Produktionsfaktoren Boden, Arbeit, Kapital) und dem Output (=Ausbringungsmenge)

Der Grenzertrag

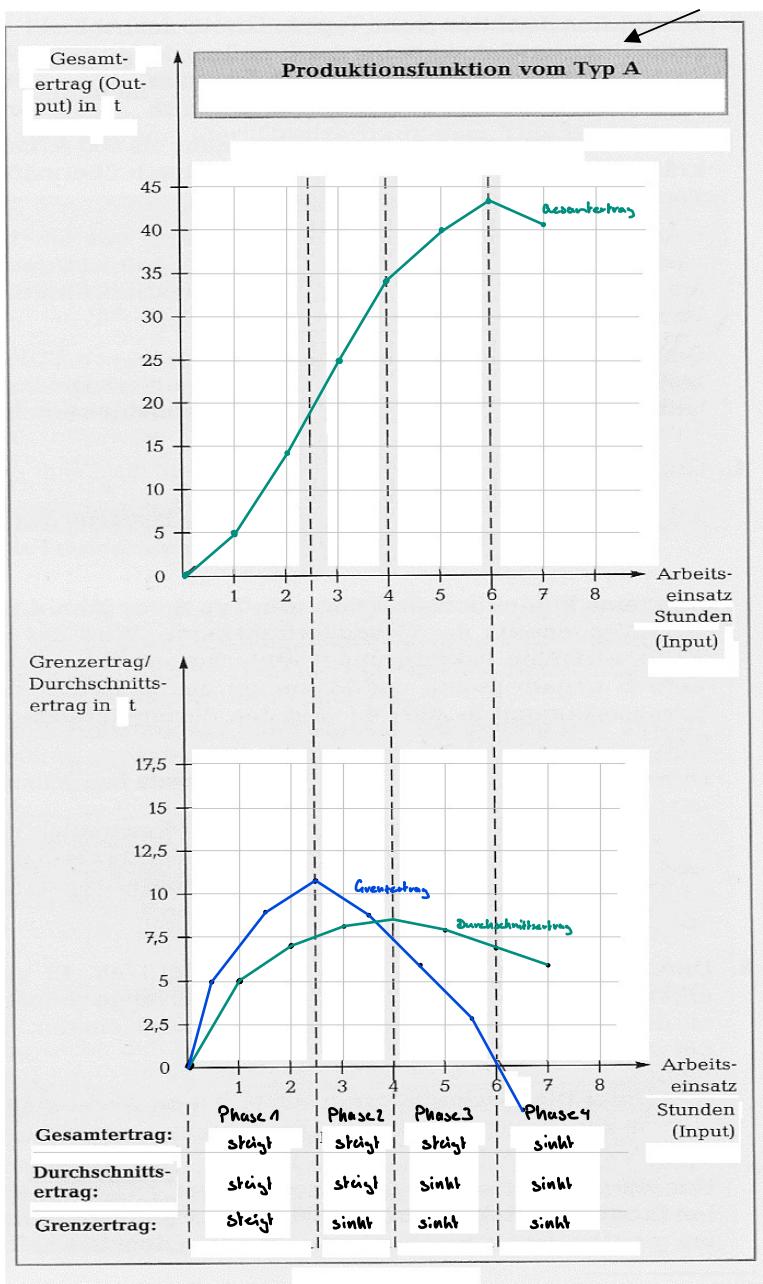
beschreibt den Zuwachs am Out, wenn 1 Einheit mehr PF (Input) hinzugefügt wird (siehe Tabelle (Ertrag))

Der Durchschnittsertrag $\frac{\text{Output}}{\text{Input}}$

steigt, wenn Grenzertrag > Durchschnittsertrag ist.

Auf welche Weise können Input und Output miteinander in Verbindung stehen:

Arten von Produktionsfunktionen



Einsatz der Produktionsfaktoren (Mensch - Maschine)	Leistung (Ausbringung, Output) in Stück je h
1 Arbeiter - 1 Maschine	20
2 Arbeiter - 2 Maschinen	40
3 Arbeiter - 3 Maschinen	60
4 Arbeiter - 4 Maschinen	80
5 Arbeiter - 5 Maschinen	100
6 Arbeiter - 6 Maschinen	120

Die Kostenfunktion (Kostenkurve)

Freitag, 20. Januar 2023 11:35

Kosten = mit Preisen bewerteter Werteverzehr (Faktoreinsatz) bei der Herstellung von Gütern.

Variable Kosten = produktionsabhängige Kosten (mengenabhängig) (z.B. Lohn pro Std. Lohn por gefertigtem x).

Fixe Kosten = produktionsunabhängige Kosten (mengenunabhängig) (z.B. Kosten für die Verwaltung Versicherungskosten...) = zeitabhängige Kosten/ fallen pro Periode an.

$$K(x) = kv * X \quad \text{Kf} \quad \text{Gesamtkosten}$$

$kv * X = Kv$ /Kf = fixe Gesamtkosten kv = variable Kosten pro Stück Kv = variable Gesamtkosten
 X = Menge

$K'(x) = kv$ Grenzkosten (Kosten, die bei einer weiteren produzierten Einheit Gut zusätzlich zu den bisherigen entsteht).

Gesetz der Massenproduktion: Je höher die Ausbringungsmenge, desto geringer sind die Stückkosten

- Anreiz die Menge zu erhöhen
- „Fixkostendegression“



Bsp. S.63-65

x	kv	Kv	Kfix	Kges	k	K'
Stück	Variable Stückkosten	(gesamte) variable Kosten	Fixe Kosten	(gesamte) Kosten	Stück-kosten	Grenz-kosten
	z. B. Lohnkosten	= kvar * x	z. B. Miete	Kv + Kf	= $\frac{Kges}{x}$	= $\Delta Kges$ ^ x

Rechenansatz für die Gewinnschwelle
 (= "Break-Even-Punkt":)

$$\pi(x) = 0$$

$$U - K = 0$$

$$P * x - kv * x - Kf = 0$$

Rechenansatz für die Gewinnschwelle
 (= "Break-Even-Punkt":)

$$\pi(x) = 0$$

$$U - K = 0$$

$$20 * x - 6 * x - 12500 = 0$$

$$14x = 12500$$

$$X = 893$$

Bei einer linearen Kostenfunktion wird

An der Kapazitätsgrenze angeboten
 (=max. Stückzahl)

$$(p >= k)$$

wegen der...

Fixkostendegression

Aufgabe 1:

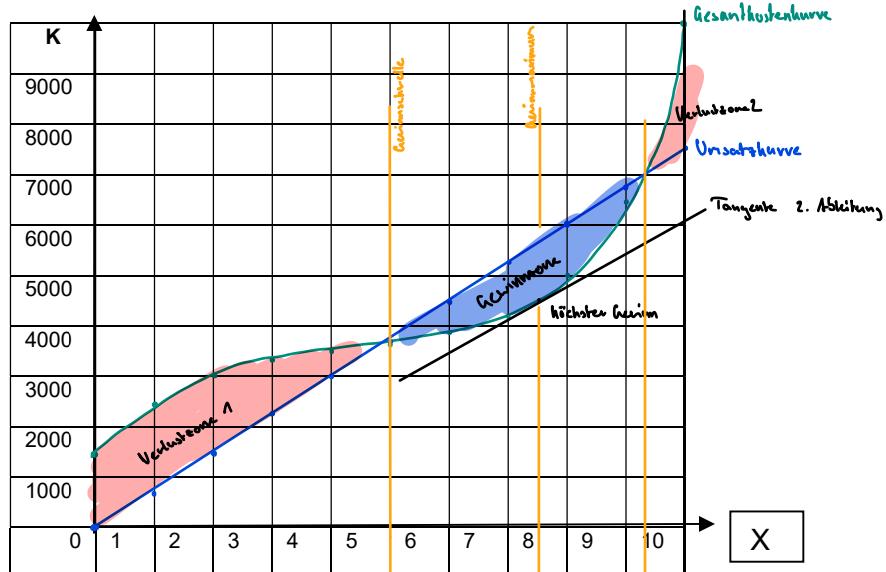
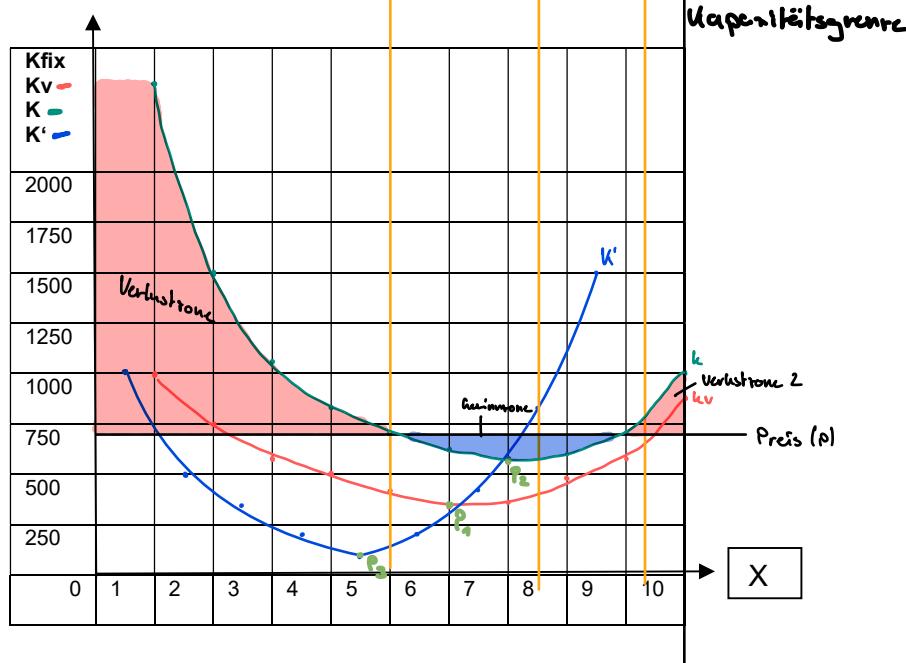
Ein Industriebetrieb, der nur ein Produkt herstellt, hat folgende Kosten. Es wird zudem von einem Absatzpreis (P) von 750 GE ausgegangen.

Vervollständigen Sie folgende Tabelle:

Portion Pommes	X	Kfix	Kv Preis Kaufkraft	K (Gesamtkosten)	Umsatz (U = p*x)	Gewinn/ Verlust (U-K)	K' (Grenzkosten)	ϕ variable Kosten (kv)	ϕ Gesamt- kosten (k)	Stückgewinn bzw. -verlust
0	0	1500	-	1500	-	-	-	-	-	
1	1	1500	1000	2500	750	-1750	1000	1000	2500	-1750
2	2	1500	1500	3000	1500	-1500	500	750	1500	-750
3	3	1500	1800	3300	2250	-1050	300	600	1100	-350
4	4	1500	2000	3500	3000	-500	200	500	875	-125
5	5	1500	2100	3600	3750	150	100	420	720	30
6	6	1500	2300	3800	4500	700	200	383	633	117
7	7	1500	2700	4200	5150	1050	400	386	606	150
8	8	1500	3500	5000	6000	1000	800	483	625	125
9	9	1500	5000	6500	6750	250	1500	556	722	28
10	10	1500	8500	10000	7500	-2500	3500	850	1000	-250

Aufgabe 2:

Zeichnen Sie die Gesamtkostenkurve und die Umsatzkurve in folgendes Koordinatensystem

Gesamt-
betrachtungZeichnen Sie nun die Grenzkosten (K'), die durchschnittlichen variablen Kosten (k_v) sowie die durchschnittlichen Gesamtkosten (k) in das Koordinatensystem ein.Stück-
betrachtung**3 Möglichkeiten**1. Min k_v :

- Betrieb produziert im Betriebsminimum
- = kurzfristige Preisuntergrenze (P_1) → 6,5 Produktionseinheiten
(Problem: k_t nicht gedeckt)

2. Min k :

- Betrieb produziert im Betriebsoptimum
- = langfristige Preisuntergrenze (P_2) → 7 Produktionseinheiten
- = durchschnittliche Gesamtkosten entsprechen den Grenzkosten

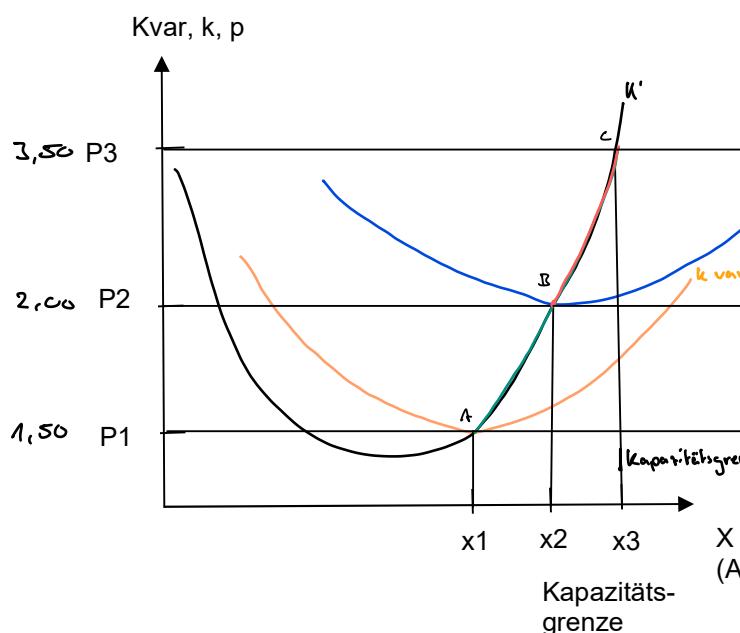
3. Min K' :

- Betrieb produziert an Schelle des Ertragsgesetzes
- = Verlust
- = nicht relevant da $p < k$
 $p < k_v$

= Minimum der Grenzkosten (P_3) → 4,5 Produktionseinheiten

Das individuelle Angebot des Betriebes

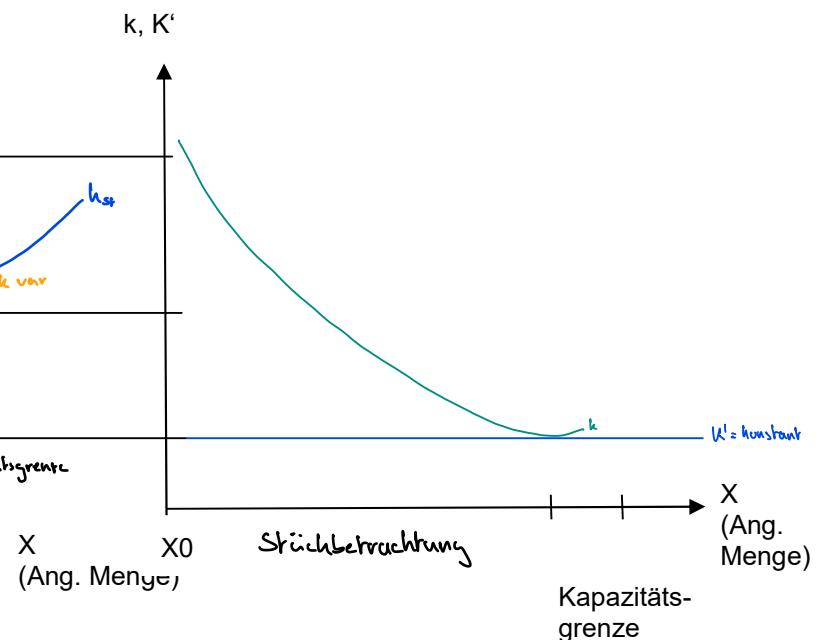
Prodkt. Typ A



- Kurzfristige ind. Angebotskurve
- Langfristige ind. Angebotskurve

- Je nach Preis entscheidet sich das Unternehmen für unterschiedliche Angebotsmengen
→ entlang der Kurzfristigen k'
- Kurzfristig müssen mindestens die variablen Kosten verdient werden
 $p \geq k_{var}$
- Langfristig müssen mindestens die Fixkosten verdient werden
 $p \geq k_{st}$

Prodkt. Typ B



$p \geq k'$: Unternehmen bietet an der Kapazitätsgrenze an (Fixkosten = Begründung) wegen hoher den Massenproduktion (langfristig $p \geq k$)

$p < k'$: kein Angebot am Markt (x_0)

Gesetz des Angebots

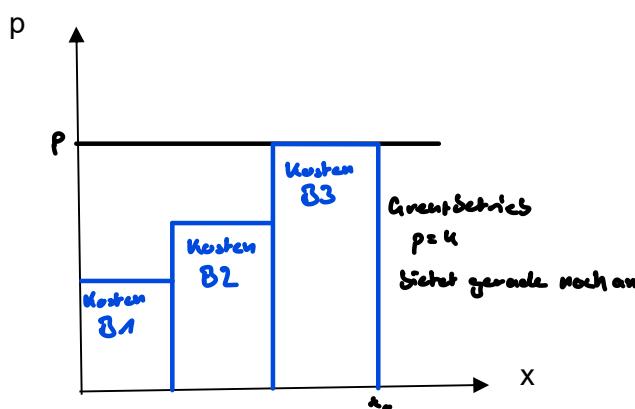
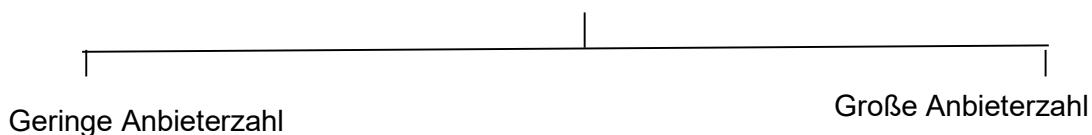
Mit steigendem Preis erhöht sich das Angebot
Mit fallendem Preis sinkt das Angebot

Das Gesamtangebot (Marktangebot)

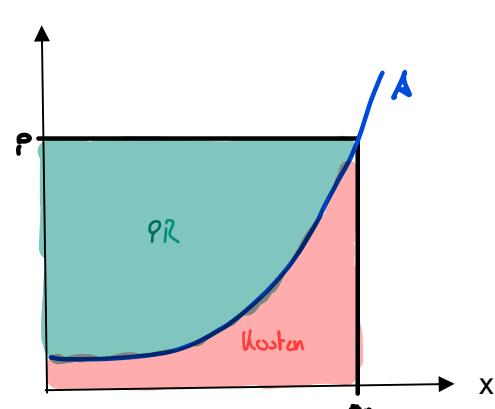
Um das Marktangebot zu erhalten, muss man die einzelnen Angebotskurven aggregieren (= zusammenfassen)

(→ gleiches Vorgehen wie bei N)

↳ Nachfrage(-kurve)



- Treppenverlauf
- koordiniert nach Betrieben mit geringen Kosten



- glatte Angebotskurve

- Grenzbetrieb: Anbieter, der gerade noch seine Kosten decken kann
 Produzentenrente → nicht komplett, nur ein Anteil
 - PR: Gewinne, die von den Unternehmen gemacht werden
 ist da, wo der Preis über den Stückkosten liegt

Bewegung auf der A-Kurve ↔ Verschiebung der A-Kurve

Preis ändert sich
→ entsprechend ändert sich die angebotene Menge

Änderungen der Rahmenbedingungen

Kostenänderungen (Cöhne, Rohstoffe)	+ → -
Techn. Fortschritt	- → +
Europäifizierung	+ → +
	„Mehr füht zu...“

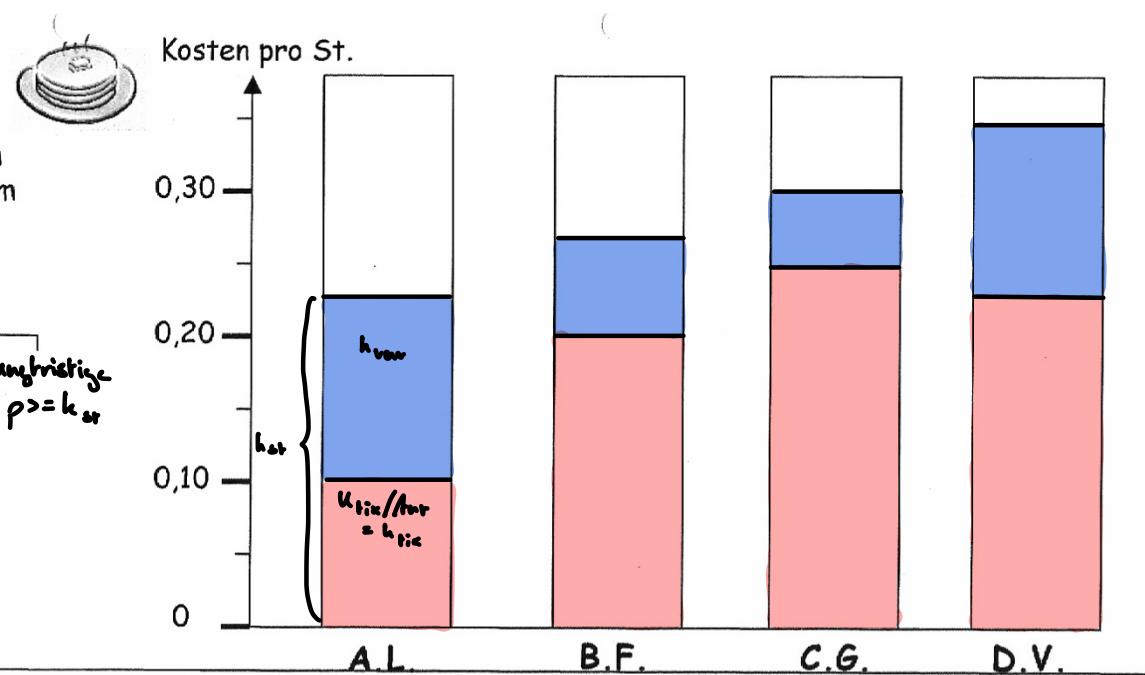
Bsp. S. 73-75

Mün

Individuelles Angebot

Die Frage, ob ein Unternehmen auf einem Markt anbietet, hängt maßgeblich von dem betrachteten Zeithorizont ab:

Preisuntergrenze
 kurzfristige $p > k_v$
 Langfristige $p = k_{st}$

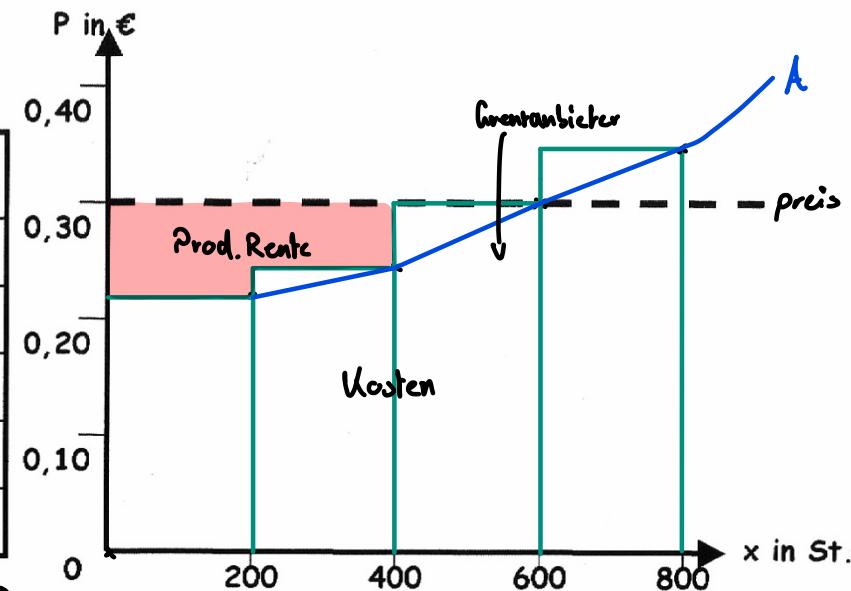


Das Gesamtangebot

Die Marktangebotskurve ergibt sich durch Aggregation der individuellen Angebotskurven.

Preis pro St.	A.L.	B.F.	C.G.	D.V.	Markt
0,20 €	-	-	-	-	0
0,225 €	1	-	-	-	1
0,26 €	1	1	-	-	2
0,30 €	1	1	1	-	3
0,35 €	1	1	1	1	4

$\hookrightarrow x \times 200$



VWL	Das Gesamtangebot (Marktangebot)	GDS2
		Gottlieb-Daimler-Schule 2 Technisches Schulzentrum Sindelfingen mit Abteilung Akademie für Datenverarbeitung

	Polypol	Oligopol	Monopol
Zahl der Marktteilnehmer	Viele Anbieter - viele Nachfrager	wenige Anbieter - viele Nachfrager	Ein Anbieter - viele Nachfrager
Möglichkeit der Preisbeeinflussung	gering	gegeben	groß
Wettbewerb zwischen den Anbietern	groß	mittel	nicht vorhanden
Vorteile	Kunden haben große Auswahl Konkurrenz wird gestört	Nachfrager haben Überblick über Nachfrage	Kostenvorteile durch Massenproduktion Forschung an z.B. Medikamenten → da es sonst keiner macht
Nachteile	Keine Kostenvorteile durch Massenproduktion	Preisabsprachen zu Lasten der Nachfrager Wettbewerbsbeschränkung	Verbraucher: Sind auf Monopol angewiesen Machtmisbrauch Hohe Preise kein Wettbewerb ↳ kein Drang zur Innovation

Fazit:

- Je **größer** die Zahl der Marktteilnehmer, desto **geringer** ist die Möglichkeit zur Preisbeeinflussung.
- Je **größer** die Zahl der Marktteilnehmer, desto **geringer** ist der auf diesem Markt herrschende Wettbewerb.

			Zahl der Anbieter		
			Viele	Wenige	Einer
Zahl der Nachfrager	Viele	Marktform	Polypol	Oligopol	Monopol
	Beispiel	Aktienmarkt (2)	Automobilindustrie (3) Elektrizitätsmarkt (5)	ehemaliger Briefmarkt (6)	
		Oligopson (Nachfrage Oligopol)	Bilaterales Oligopol	Beschränktes Monopol	
	Beispiel	Milchabfüllungsmarkt (4)	Flugzeugbau (1)	Spezialprodukt Automobilindustrie (7)	
		Monopson	Beschränktes Monopson	Bilaterales Monopol	
	Beispiel	Öffentlicher Straßenbau (8)	Banknotendruck (BRD zu DM-Zeiten)	Panzer - Bundeswehr (9) (Krauss-Maffei - Wegmann)	

Märkte lassen sich nach verschiedenen Kriterien unterscheiden:

Fall 1: Flugzeugbau

Fall 2: Aktienmarkt

Fall 3: Automobilmarkt

Fall 4: Markt für Milchabfüllung

Fall 5: Elektrizitätsmarkt

Fall 6: Ehemaliger Markt für Briefbeförderung

Fall 7: Spezialkleber Automobilindustrie

Fall 8: Öffentlicher Straßenbau

Fall 9: Panzer und Wehrtechnik

Aufgabenstellung:

Ordnen Sie die Fälle 1 bis 9 in das Marktformenschema ein, indem sie die Beispiele unter den Gesichtspunkten Anzahl der Anbieter und Anzahl der Nachfrager untersuchen.

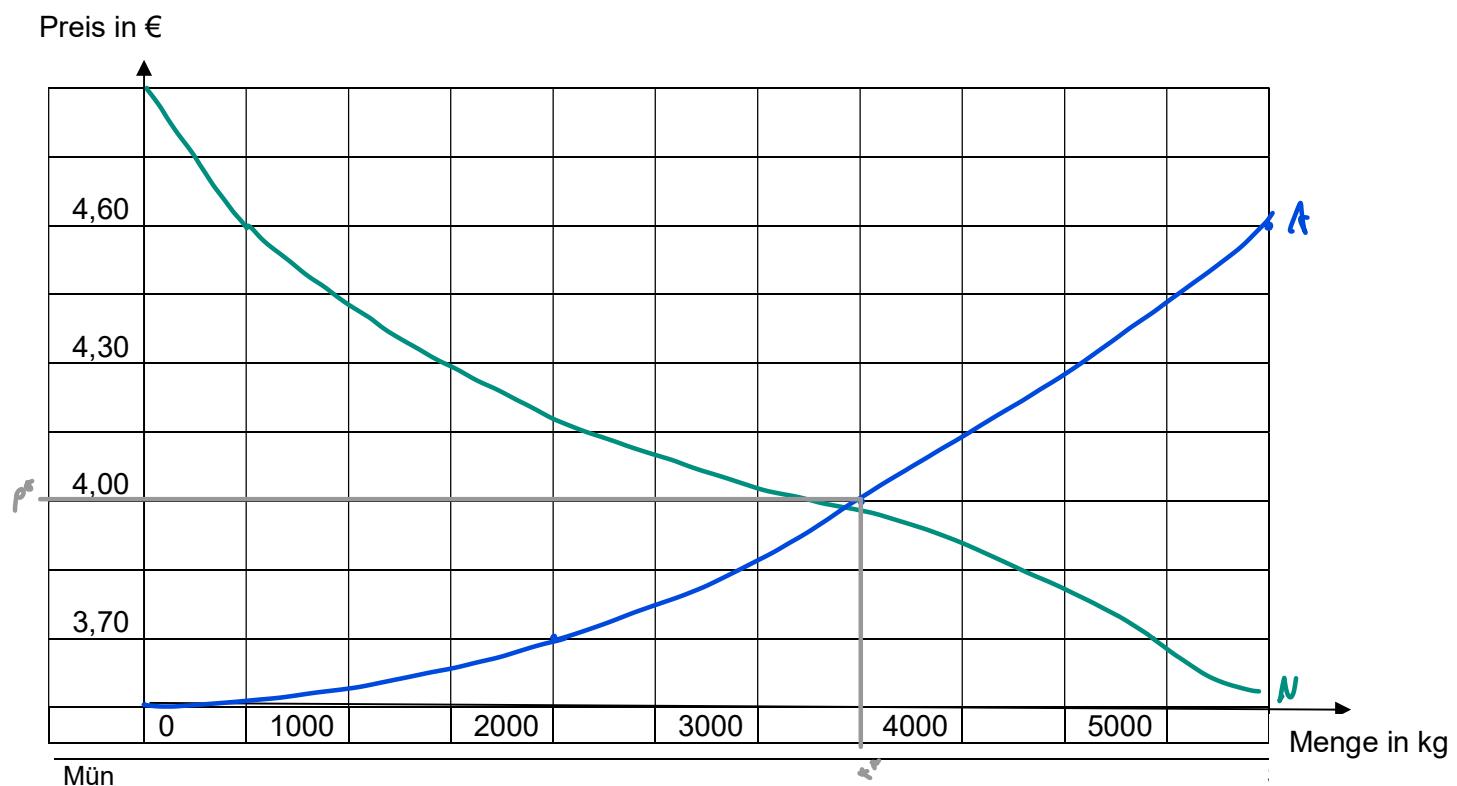
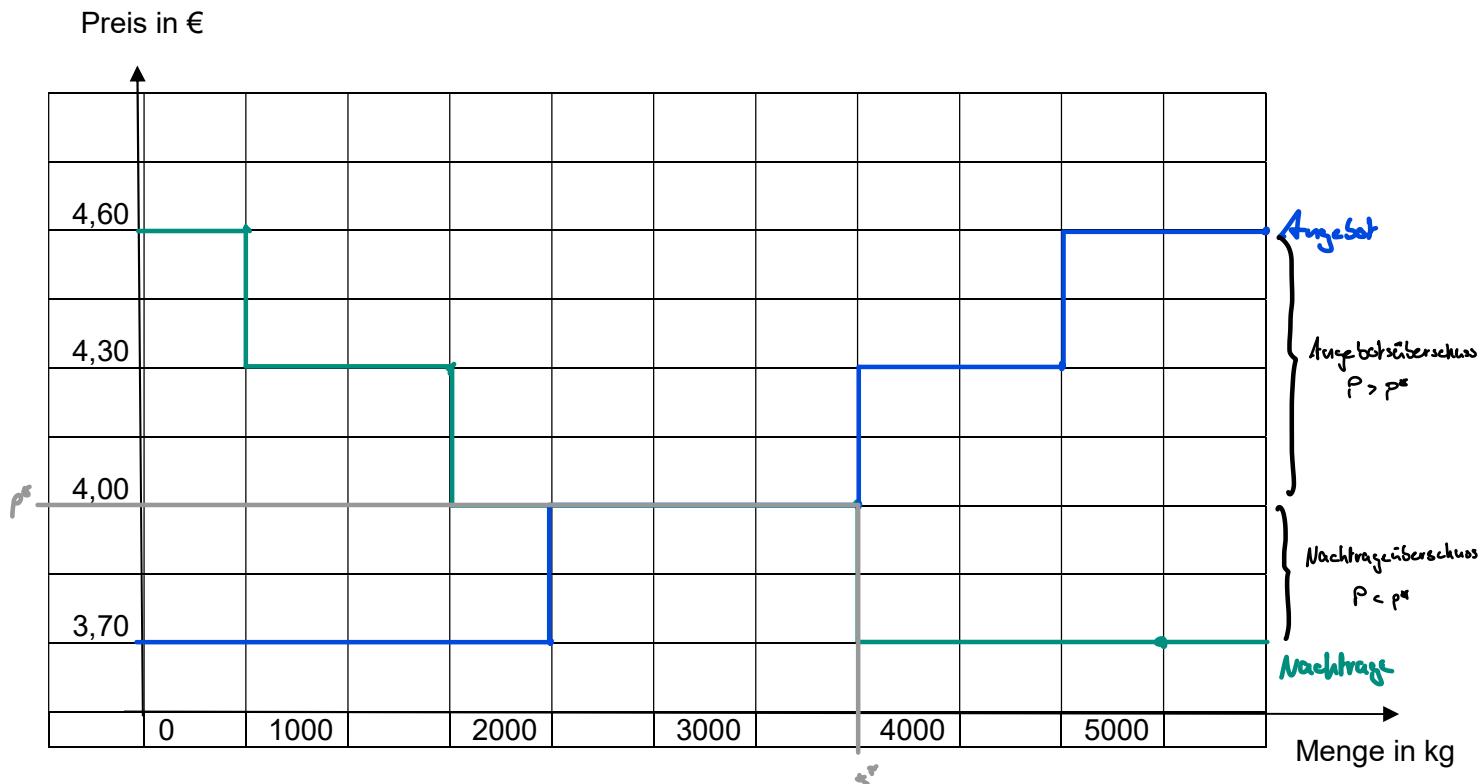
Preis ↓	Nachfrage (in kg)					Angebot (in kg)					Mögl. Umsatz	Verhältnis A zu N
	E	G	H	I	Summe (kg)	A	B	C	D	Summe (kg)		
3,70	1.500	2.000	1.000	500	5.000	-	-	-	2.000	2.000	2.000	$N > A$ Nachfrage- überschuss
4,00	-	2.000	1.000	500	3.500	-	-	1.500	2.000	3.500	3.500	$N = A$
4,30	-	-	1.000	500	1.500	-	1.000	1.500	2.000	4.500	1.500	$N < A$ Angebots- überschuss
4,60	-	-		500	500	1.000	1.000	1.500	2.000	5.500	500	$N < A$ Angebots- überschuss
	Nachfrager kaufen auch zu geringeren Preis					Anbieter verkaufen auch zu höheren Preis						

 Der Preis, der Angebot und Nachfrage zum Ausgleich bringt, heißt „Gleichgewichtspreis“.

Man sagt, „er räumt den Markt“. zu keinem anderen Preis kann eine größere Menge umgesetzt werden.

„Markt“ ist der Ort, an dem Angebot und Nachfrage zusammentreffen. Man spricht von einem polypolistischen Markt, wenn viele Anbieter auf viele Nachfrager treffen

Grafische Ermittlung des Gleichgewichtspreises



Für jede Wirtschaft müssen die Grundfragen: „**WAS, WIE und FÜR WEN soll produziert werden?**“ beantwortet werden.

In marktwirtschaftlichen Systemen geschieht dies mit Hilfe des Marktes und über die **Marktfunktionen** bzw. **Preisfunktionen**. Diese Funktionen unterstellen einen Markt mit vollkommener Konkurrenz, d.h. der Marktanteil der einzelnen Nachfrager und Anbieter ist so gering, dass keiner Einfluss auf den Marktpreis nehmen kann. ⇒

Polypool

Im Wesentlichen unterscheiden wir vier Marktfunktionen:

- Ausgleichsfunktion
- Erziehungsfunktion
- Lenkungsfunktion
- Signalfunktion

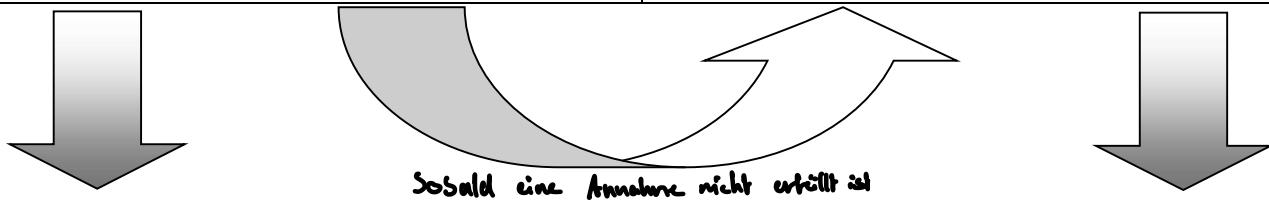
Arbeitsauftrag:

Ordnen Sie den folgenden Definitionen je eine Marktfunktion zu.

Ausgleichsfunktion	Die unterschiedlichen Interessen (Güterarten und Gütermengen) der Marktteilnehmer werden am Markt über den Preis zum Ausgleich gebracht.
Signalfunktion	Der freie Marktpreis signalisiert den Knappheitsgrad eines Gutes. Hohe Preise lassen erkennen, dass sich z.B. das Güterangebot bei gleich bleibender Nachfrage verknapppt hat.
Lenkungsfunktion	Hohe Preise reizen die Anbieter, dieses Gut vermehrt zu produzieren. Sie lenken ihre Produktionsfaktoren auf diese lukrativen Märkte, weil hier der höchste Gewinn zu erzielen ist.
Erziehungsfunktion	Hohe Preise erzwingen den sparsamen Umgang mit diesen knappen Gütern. Z.B. zwingt(„erzieht“) der Preis die Produzenten ihre Kosten zu senken, wenn sie ihre Gewinne erhöhen wollen. Die Nachfrager werden preisgünstige Einkaufsmöglichkeiten wahrnehmen, um ihren Nutzen zu maximieren.

Marktformen: vollkommener und unvollkommener Markt

Markt für Mandarinen aus dem Beispiel	Markt für Mandarinen in der Realität
1. Alle Mandarinen waren vollkommen gleich. Sie unterscheiden sich nicht hinsichtlich z. B. Größe oder Qualität	Qualitätsunterschiede, Handelsklassen
<u>Homogenes (=gleichartiges) Gut</u>	<u>Heterogenes Gut</u>
2. Der Markt für Mandarinen war für den Makler vollkommen durchsichtig. Er kannte alle Angebots- und Nachfragewünsche.	Man kennt nicht alle Angebote und Preis/Mengenwünsche
<u>Transparenz (=Durchsichtigkeit)</u>	<u>Intransparenz</u>
3. Anbieter und Nachfrager trafen nur an einem Ort, an der Mandarinenbörsen zusammen. Keiner konnte daher einen Ort bevorzugen, z. B. weil er bequemer wäre.	<u>Bequemlichkeit ist uns oft wichtig</u>
<u>Keine räumlichen Präferenzen</u>	<u>Räumliche Präferenzen</u>
4. Dem Käufer war es egal, von wem er seine Mandarinen kaufte, dem Verkäufer egal an wen er verkauft: So bevorzugte der Käufer z. B. nicht einen Verkäufer, weil dieser ihm sympathisch erschien.	<u>Service, Freundlichkeit, Sympathie spielen oft eine entscheidende Rolle</u>
<u>Keine personelle Präferenzen</u>	<u>Personelle Präferenzen</u>
5. Allen Käufern wurden nach der Kursfeststellung die Mandarinen sofort übertragen. Es gab keine unterschiedlichen Lieferzeiten oder Bevorzugungen bei der Abfertigung	<u>Für größere Mengen oder Sonderbestellungen muss man oft etwas länger warten unterschiedliche Lieferzeiten</u>
<u>Schnellige Reaktion</u>	<u>Versiegerte Reaktion</u>
<u>vollkommener Markt</u>	<u>unvollkommener Markt</u>



<u>ein Marktpreis</u>	<u>viel Marktpreise gleichzeitig möglich</u>
-----------------------	--

Übersicht Anpassungsbewegung des Preises (Preismechanismus)

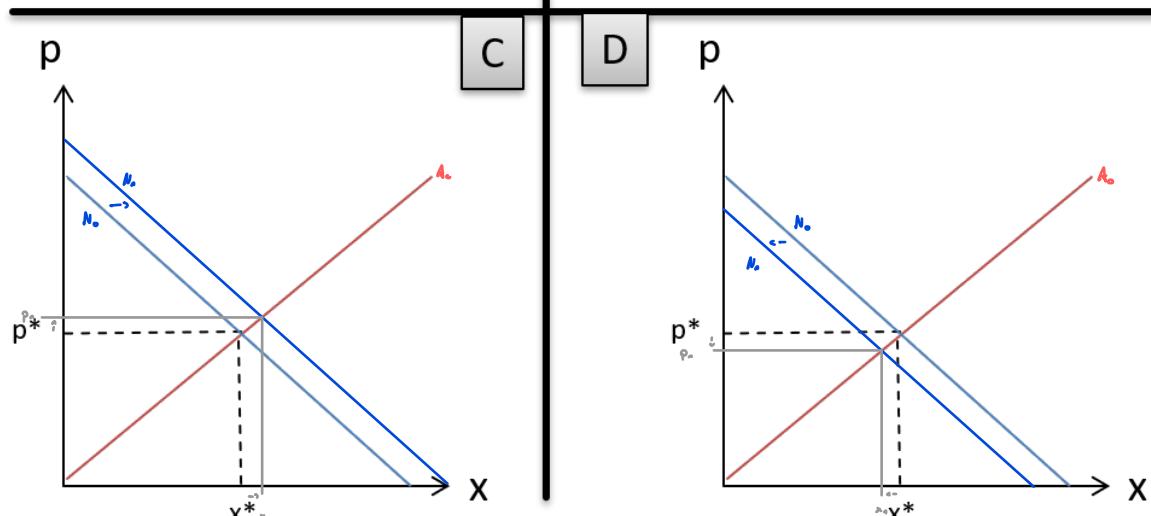
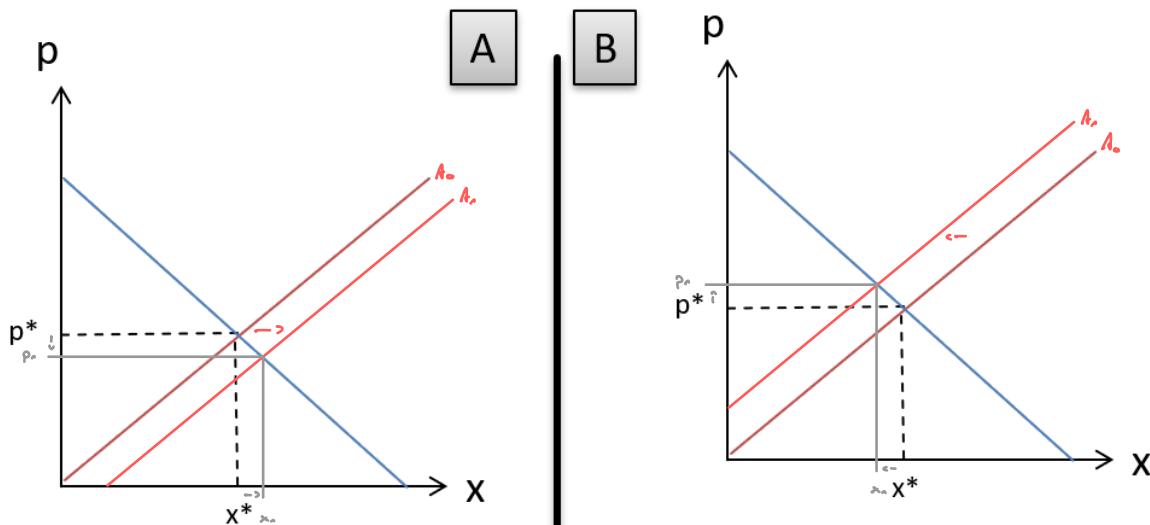
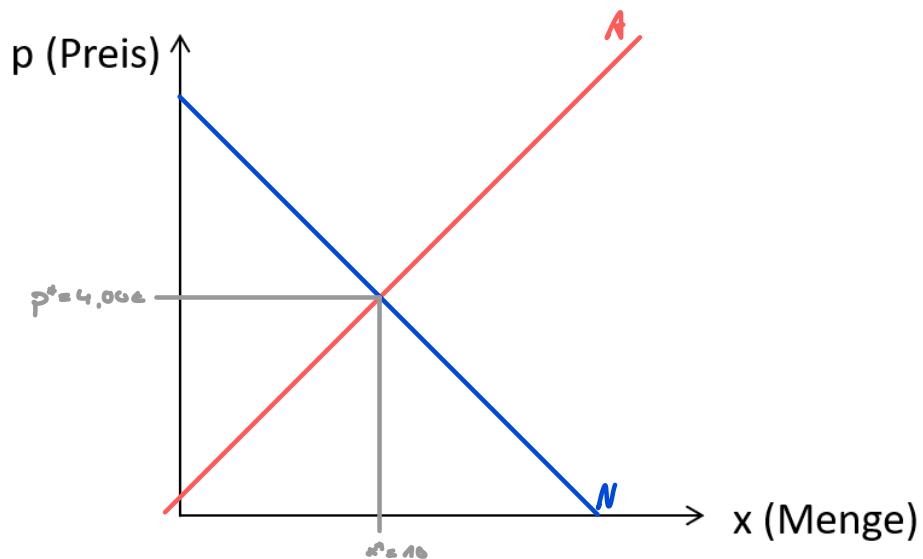
	Gruppe A	Gruppe B	Gruppe C	Gruppe D
Was ist passiert?	Autes Ertragschuss	Ertragsschuss durch Wetter	Änderung/Steigerung der Verbrauchswünschen	Gefährliche Stoffe verunreinigen Verbraucher
Auswirkungen auf die Angebotsmenge	steigt	sinkt	bleibt gleich	steigt gleich
Auswirkungen auf die Nachfragemenge	bleibt gleich	steigt	steigt	sinkt
Verhältnis zwischen Angebot und Nachfrage	$A > N$ Angebotsüberschuss	$A < N$ Nachfrageüberschuss	$A < N$ Nachfrageüberschuss	$A > N$ Angebotsüberschuss
Folge für den Marktpreis	Preis sinkt	Preis steigt	Preis steigt	Preis sinkt

→ Wenn Angebot und Nachfrage sich verändern, verändert sich der Preis, bis ein neues Gleichgewicht erreicht ist.
 Diese Anpassungsbewegung heißt „Preismechanismus“.

→ Wenn Angebot oder Nachfrage sich verändern, verändert sich der Preis, bis ein neues Gleichgewicht erreicht ist. Diese Anpassungsbewegung heißt „Preismechanismus“

Preismechanismus: grafische Lösung

Ausgangsfall:

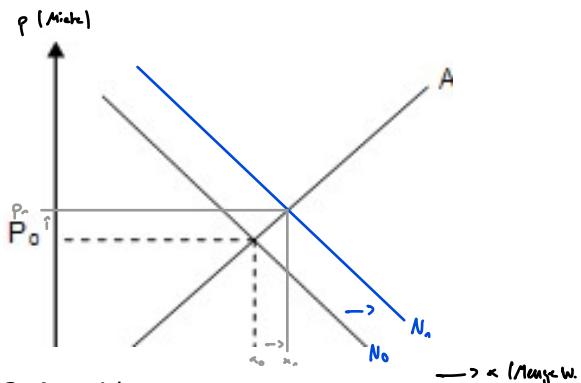


Auswirkung der Eingriffe in die Preisbildung (Beispiel Wohnungsmarkt)

Zahlung von Wohngeld

1. Ziel:
Mieter kann sich eine bessere/teurere Wohnung leisten.

2. Grafische Darstellung:



3. Auswirkungen:

- Nachfrage nach Wohnungen steigt (x_1)
- Erhöhung der Mietpreise (p_1)
- Anzahl angebotener Wohnungen sinkt (x_0)

4. Bewertung:

Wohngeld → Nachfragesteigerung am Wohnungsmarkt → steigende Mieten → steigende Bautätigkeit wegen erhöhter Rentabilität → langfristig: Verbesserung der Lage am Wohnungsmarkt

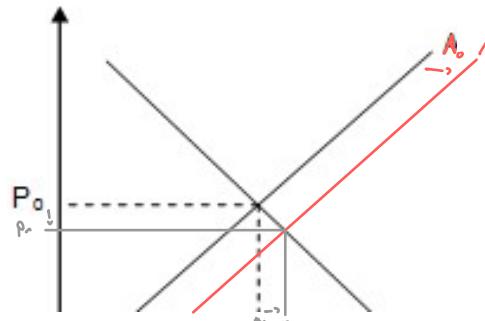
Problemgruppen wie sozial Schwachen, Beleidigten oder Familien mit Kindern gehalten, da sie damit nicht hold für die Wohnungsrücke zum Verfügung haben

→ Marktzentrierte Maßnahmen

Sozialer Wohnungsbau

1. Ziel:
Anregung der Bautätigkeit und damit Schaffung zusätzlichen Wohnraums.

2. Grafische Darstellung:



3. Auswirkungen:

- Angebot an Wohnungen steigt (x_1)
- Senkung der Mietpreise (p_1)
- Anzahl angebotener Wohnungen steigt (x_1)

4. Bewertung:

Sozialer Wohnungsbau → Rentabilität des Wohnungsbaus steigt → Angebotssteigerung am Wohnungsmarkt mit sinkendem Bedürfnis der Mietpreise

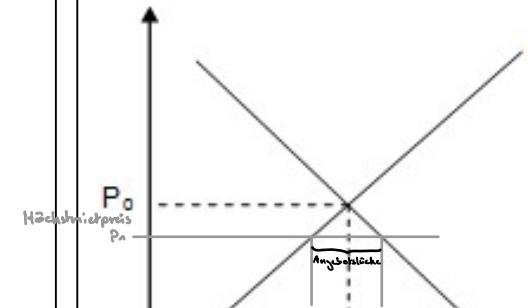
Problemgruppen wird durch die beschriebene Wirkung geschützt. Ihnen wird zusätzlich geholfen, wenn die Baukostenzuschüsse unter der Anflage gewährt werden, diese Gruppen als risiko aufzunehmen

→ Marktzentrierte Maßnahmen

Allgemeiner Mietpreisstopp

1. Ziel:
Vermeidung eines weiteren Anstiegs der Mietpreise, Schutz der (sozial schwachen) Mieter durch günstigeres Wohnen unter dem Marktpreis.

2. Grafische Darstellung:



3. Auswirkungen:

- Nachfrage steigt (x_1)
- Statistik: Maximaler Mietpreis $p_n <$ Marktpreis p_0
- Anzahl angebotener Wohnungen sinkt (x_1)

4. Bewertung:

Mietpreisstopp → fallende Rentabilität für Wohnungsnutzen → Verschlechterung der Situation am Wohnungsmarkt, zunehmender Wohnungsmangel
Maßnahme ist umstritten...

Gefahr der Entstehung eines Schwarzmarktes, auf dem Wohnungen zu überstellten Preisen gehandelt werden
→ Marktzentrierte Maßnahmen

Marktkonforme und Marktkonträre Staatseingriffe ([John Maynard Keynes](#))

Wenn das Sozialstaatsprinzip gefährdet ist, kann der Staat

markthauern oder **markthauen** eingreifen.

<p>Preismechanismus bleibt in Kraft</p> <p>indirekte Marktbeeinflussung durch:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Erhöhung bzw. Senkung der Nachfrage - Erhöhung bzw. Senkung des Angebots 	<p>Preismechanismus wird außer Kraft gesetzt</p> <p>direkte Marktbeeinflussung durch:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Festsetzung von Angebotsmengen, Nachfrage Mengen - Höchstpreisen, Mindestpreisen
<p><u>Beispiele:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Bau-, und Forschungsaufträge • Steuererhöhungen • Subventionen • Kürzung von Subventionen, Zollerhöhung 	<p><u>Beispiele:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Mindestlohn • Milchquote • Rationalisierung von Lebensmitteln während des 2ten Weltkriegs • Festsetzung von Höchstpreisen bei Sozialwohnungen • Mindestpreis für „Getreide“

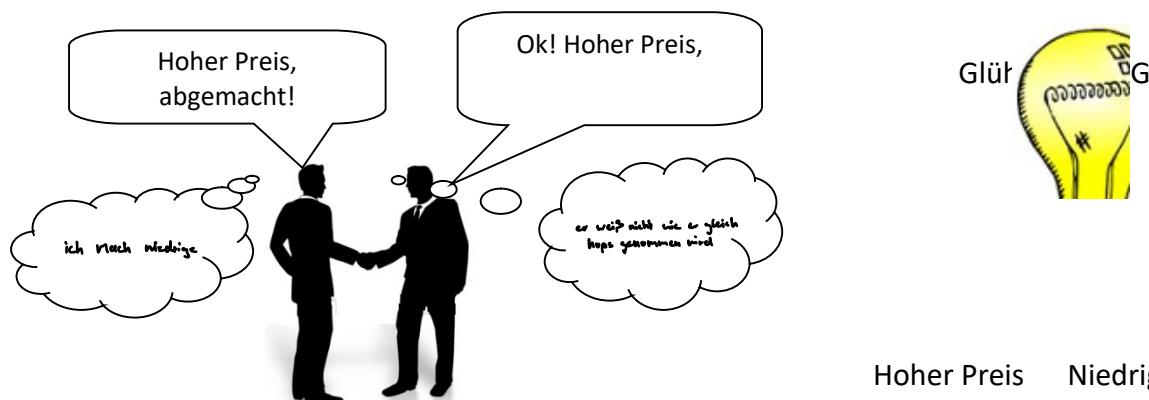
Gefangenens-Dilemma beim Oligopol

Obwohl bei sehr wenigen Anbietern auf einem Oligopolmarkt die (verbogene) Absprache von Preisen (Kartell) sehr verlockend erscheint, um zu Lasten der Nachfrager seinen Gewinn durch Ausschalten des sich Konkurrenzmachens zu erhöhen, sind solche Absprachen oft nicht lange beständig.

Warum?

Erklären lässt sich dies mit der strategischen Situation. Hierzu ein kleines Beispiel:

Eine Großstadt wird von genau 2 Stromunternehmen versorgt. Jedes Unternehmen hat dabei die Wahl entweder einen hohen oder einen niedrigen Preis zu verlangen. Verlangen beide einen niedrigen Preis, herrscht Preiskrieg und der Gewinn für jedes Unternehmen beträgt 4 Mio €. Sprechen sich beide ab und verlangen einen hohen Preis, dann verdienen beide jeweils 10 Mio €. Setzt aber ein Unternehmen einen hohen und das andere einen niedrigen Preis, dann verdient das Unternehmen mit dem niedrigen Preis 15 Mio €, während das andere mit dem hohen Preis nur 1 Mio € verdient.



Hoher Preis Niedriger Preis

Hoher Preis

10 : 10

1 : 15

Niedriger Preis

15 : 1

4 : 4

Beide Unternehmen haben eine „**dominante Strategie**“, d.h. es ist für sie immer besser –vollkommen unabhängig davon was der andere macht– den niedrigen Preis zu setzen. Damit halten sie sich aber nicht an die Abmachung p-hoch zu wählen, was für beide ja am besten wäre. Sie landen, weil jeder auf Kosten des anderen seinen Gewinn noch weiter erhöhen will, in der Situation „Preiskrieg“, was aber die schlechteste Situation für beide darstellt. Diese Konstellation trägt in der Wissenschaft der Spieltheorie den Namen „**Gefangenens-Dilemma**“. Auf Kosten des anderen abzuweichen heißt „**Trittbrettfahrer**“-oder „**free-rider**“.



Das Gefangenens-Dilemma findet man als strategische Situation sehr oft in der Wirtschaft und Politik.

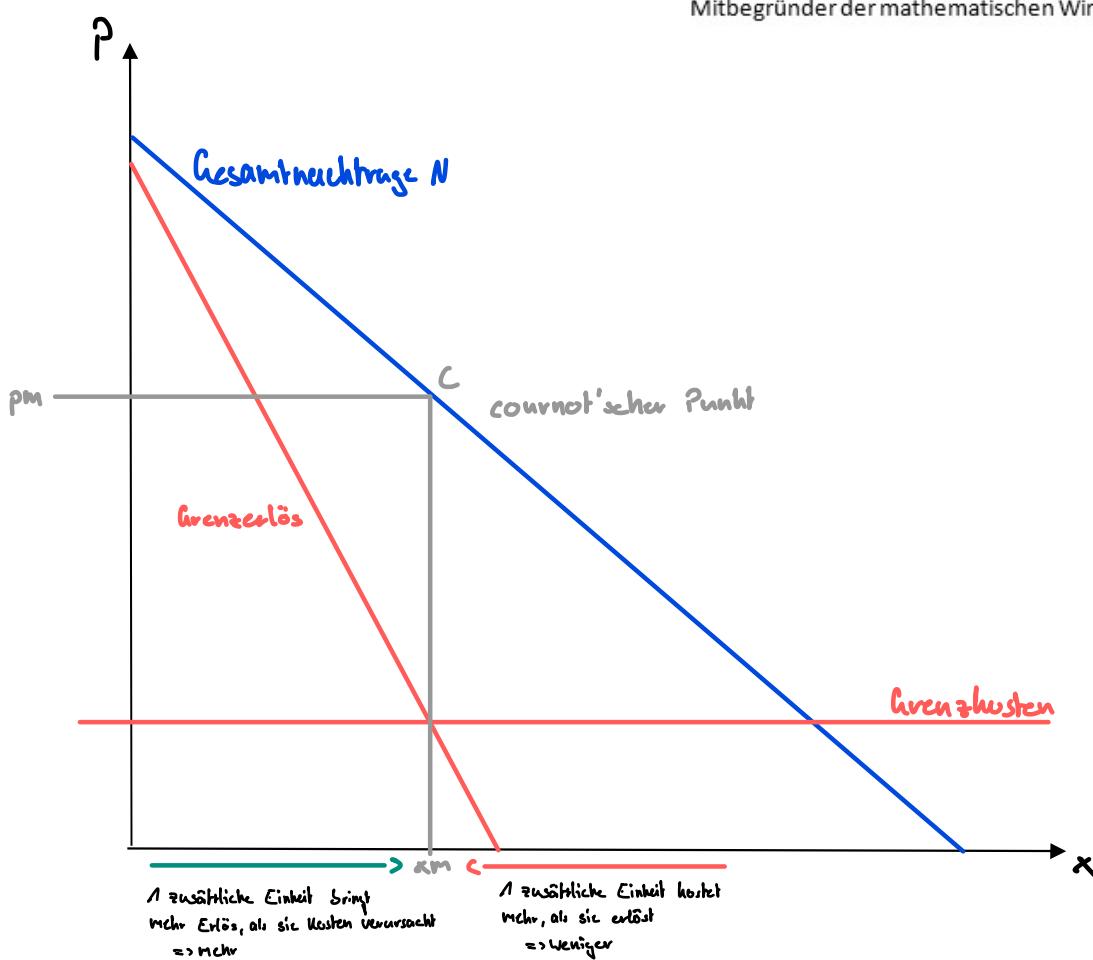
Z.B. wäre es für alle Länder klüger sehr viel mehr Umweltschutz zu betreiben. Gesetzt, dass die anderen

Staaten sich aber daran halten, besteht der Anreiz, auf Kosten der anderen abzuweichen und die eigene Wirtschaft stärker wachsen zu lassen auf Kosten der Natur.

Allgemein grafische Lösung:

Antoine-Augustin Cournot

(* 28. August 1801 in Gray; † 31. März 1877 in Paris)
 war ein französischer Mathematiker und Wirtschaftstheoretiker.
 Er kann zur klassischen Ökonomie gezählt werden und gilt als
 Mitbegründer der mathematischen Wirtschaftstheorie.



Der Monopolist lässt absichtlich einen Teil der möglichen Nachfrage unbedient, damit er einen hohen Preis verwirklichen kann

Der gewinnmaximale Preis findet sich am Cournot'schen Punkt, an welchem gilt „Grenzerlös = Grenzkosten“

Auf einem unvollkommenen Markt besteht die Möglichkeit, unterschiedliche Preise zu setzen.

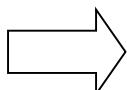
Der Konzertveranstalter (Monopolist) hätte die Möglichkeit, unterschiedliche Ticketpreise zu verlangen.

Wenn man unterschiedliche Preise für das selbe Gut verlangt, dann nennt man das: **Preisdifferenzierung**



Formen:

Räumliche Preisdifferenzierung	Regionen/Länder	z.B. Für Stuttgart billiger als Böblingen
Persönliche Preisdifferenzierung	Gruppenzugehörigkeit	Schülerlichkeit, Seniorlichkeit
	Einkommenshöhe	Für Arbeitslose billiger
Zeitliche Preisdifferenzierung	Zeitpunkt der Nachfrage	Abendkasse - Vorverkauf
Sachliche Preisdifferenzierung	Verwendungszweck	Presselicket - Fanlicket
	Menge	Gruppenlicket - Einzellichkeit
	Einrichtung des Produktes	Stehplatz - Sitzplatz



Das Ziel ist, die Konsumentenrente abzuschöpfen.

(Maximum: Jeder zahlt einen eigenen Preis in Höhe seiner maximalen Zahlungsbereitschaft)

→ Menschen / Prozess die aus Preisdifferenzierungen profitieren

Kauften in Stuttgart verkaufen in Zöblingen

Wenn es gelingt, „Arbitrage“ auszuschließen
dann lässt sich der Monopolgewinn stark steigern.

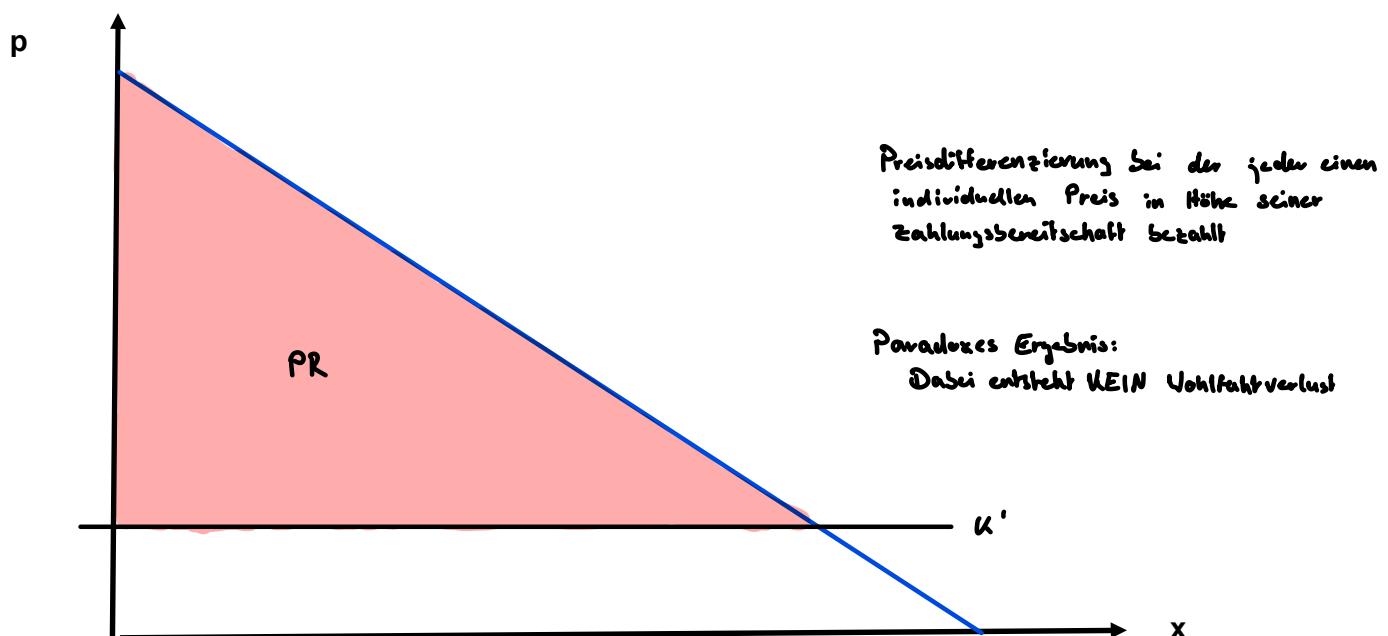
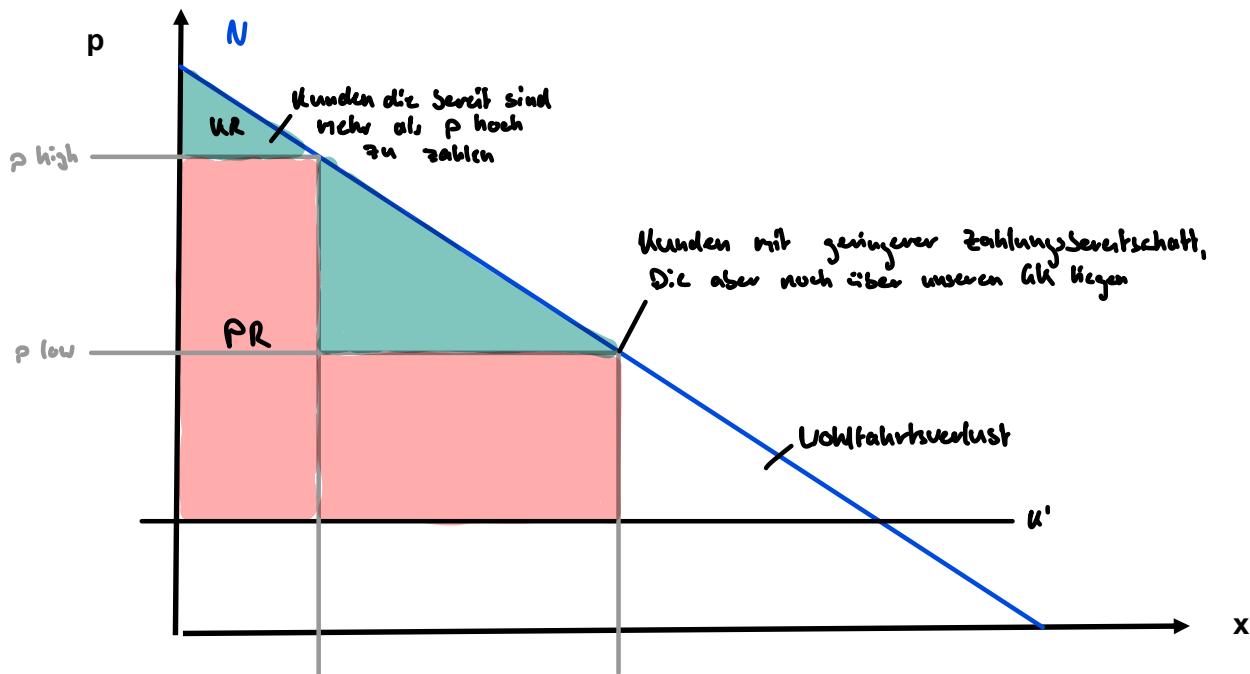
Bei vollständiger Konkurrenz unter Ausschluss der Arbitrage kann der Monopolist den maximal denkbaren Gewinn realisieren:

Er reißt sich die komplette Konsumentenrente „unter den Nagel“

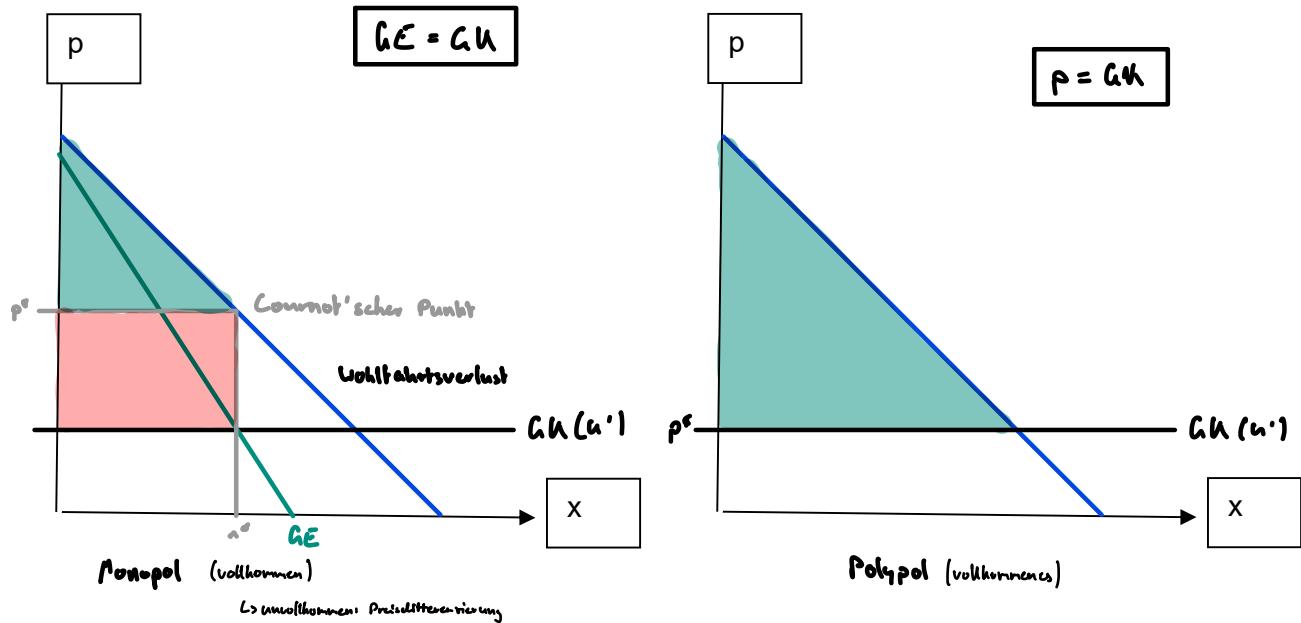
Grenzkosten
Produzentenrente
Konsumentenrente
in Klausur

Preisdifferenzierung mit 2 Preisen

hoher Preis - niedriger Preis



Paradoxes Ergebnis:



Ist ein Monopol eher „gut“ oder „schlecht“ für eine Volkswirtschaft

Eher gut

- Zweiseitiges Monopol („Patent“) als Voraussetzung, dass überhaupt geforscht/investiert wird (z. B. teure Medikamente)
- Bei manchen Produkten gilt: besser 1 Anbieter als keiner!
- Monopolist setzt einheitlichen Standard (z. B. Betriebssystem, Spurbreite Eisenbahn,...)
- Große bahnbrechende Entwicklungen brauchen starke Unternehmen (z. B. Forschung, ...)
- In globaler Wirtschaft wünschen sich Staaten nationale „Champions“ um global „mitspielen“ zu können

Eher schlecht

- Für Nachfrager höhere Preise, geringere Angebotsmenge
- Oft wenig Forschung, da kein Wettbewerbsdruck
- Preisfunktion unwirksam
- Es existiert ein Wohlfahrtsverlust!



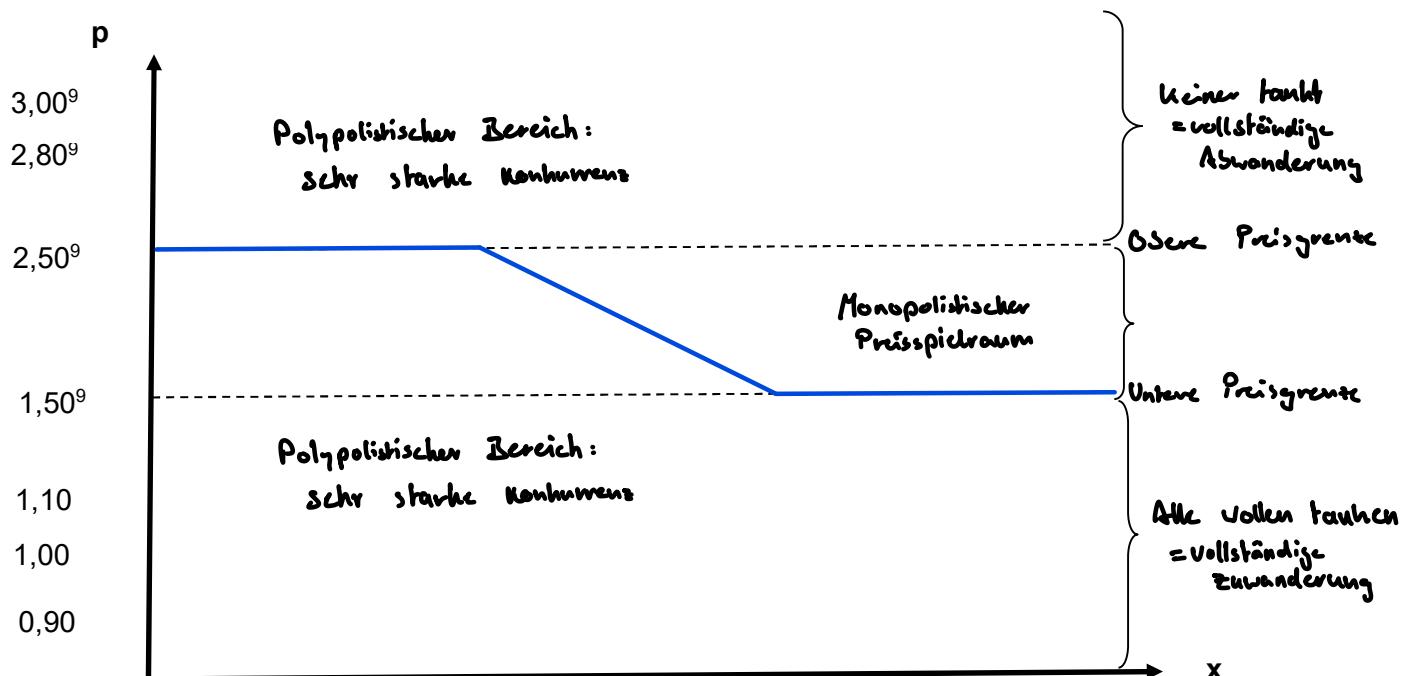
Der Markt für Benzin an Tankstellen ist durch eine hohe Zahl an Anbietern (Tankstellen) und eine sehr hohe Zahl an Nachfragern (Autofahrer) gekennzeichnet. Dadurch, dass der Markt unvollkommen ist, existieren zeitgleich mehrere Marktpreise.

Man sagt zu dem Markt „unvollkommener Polypolmarkt oder monopolistische Konkurrenz“

Innerhalb einer Preisober- und einer Preisuntergrenze hat ein einzelner Anbieter einen gewissen monopolistischen Preisspielraum, da Kunden aus Bequemlichkeit oder fehlender Informiertheit nicht sofort woanders billiger tanken oder von woanders sofort herfahren zum Tanken.

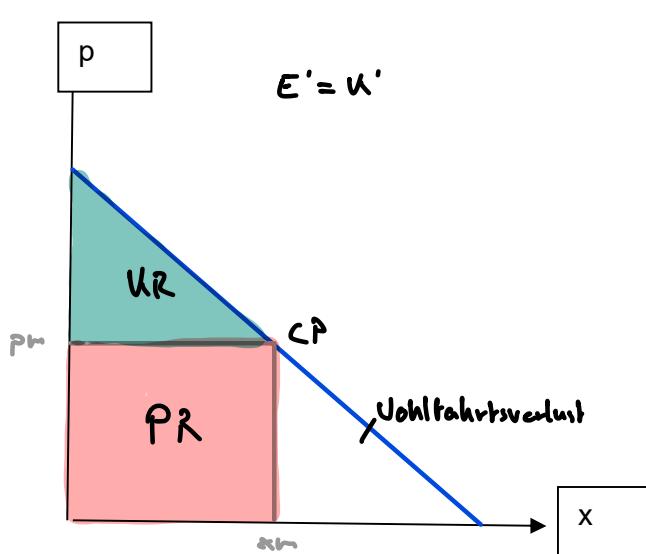
Ist der Preisunterschied aber zu groß, bricht wegen der starken Konkurrenz entweder die Nachfrage stark zusammen oder erfolgt eine sehr starke Zuwanderung von Neukunden.

Die Preis-Absatz-Kurve des Anbieters ist daher doppelt geknickt.

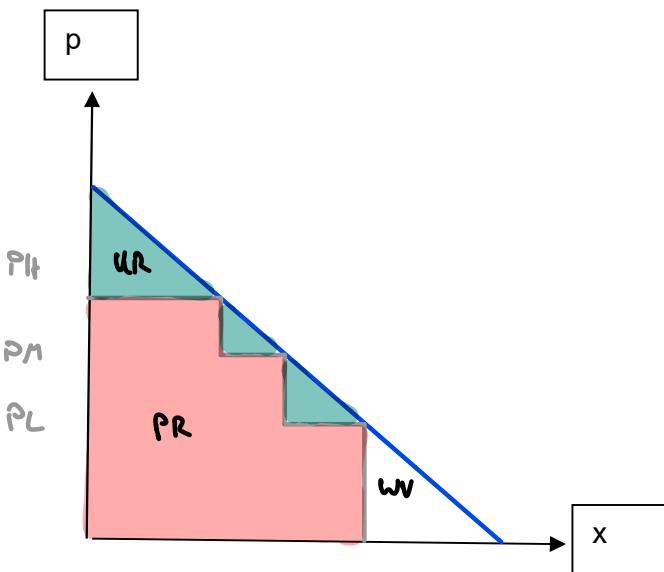


Unvollkommener Markt -> kein Einheitspreis -> Monopolist kann verschiedene Preise setzen (= Preisdifferenzierung)

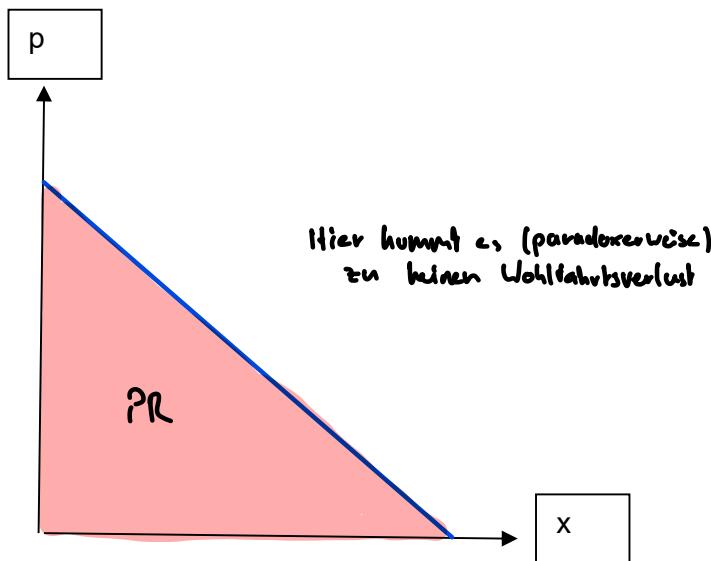
Ausgangsfall: vollkommener Markt



Preisdifferenzierung auf unvollkommenen Markt:
Hier 3 Preise



Extremfall: die gesamte KR fällt an den Monopolisten, jeder kauft nach seiner Zahlungsbereitschaft



Formen Preisdifferenzierung: S. 94

- räumlich
- sachlich
 - Verwendung
 - Menge
 - Produktgestaltung -> 1 Setz, 2 Flaschen
- zeitlich
- persönlich
 - = Ed
 - = Gruppenzugehörigkeit

Voraussetzung für erfolgreiche Preisdifferenzierung
ist der Ausschluss von Arbitragegeschäften
(> z.B. Reckitt)

1. Was ist marktwirtschaftlicher Wettbewerb?



Wettbewerb liegt vor, wenn „mehrere Interessenten das gleiche Ziel verfolgen, es aber nicht gleichzeitig erreichen können“

(Olten, Rainer: Wettbewerbstheorie und Wettbewerbspolitik, 2. ungew. veränd. Aufl., München 1998, S. 13)

Kennzeichen:

- Es existiert ein Markt
- Mindestens zwei Anbieter bzw. Nachfrager
- Rivalisierendes Verhalten der Akteure (keine „friedlichen Strategien“ usw.)

Erscheinungsformen: z.B.:

- Preiswettbewerb
- Qualitätswettbewerb
- Leistungswettbewerb (technologische Vorsprünge, Image, Service, ...)

Wett:
frei
An
Kontrolle
Steuer
Anreiz
Ausle

Preis:
Erz
Signal
Lenk
Ausgleich

Anpassungsfunktion
 $A + N$ müssen sich schnell
neuen Umständen anpassen
Bsp: Kapazität, Produkte, Kunden

Auslesefunktion
Nur leistungsstarke
Marktteilnehmer kommen
zum Zug
→ „gesunde“ Unternehmen

Anreizfunktion
Wer einen Leistungsvorteil
erzielt wird belohnt
Bsp: neue, leistungsfähigere Produkte

**Volkswirtschaftliche
Funktionen des
Wettbewerbs**

Kontrollfunktion
Wettbewerb begrenzt einzelne
wirtschaftliche Macht und
überprüft deren Leistung

Steuerungsfunktion
Umfrage Produktionsfaktoren
Müssen immer dort eingesetzt
werden, wo sie den größten
Nutzen liefern (= VW effizient)
Bsp: Änderungen des N-Verhaltens

Freiheitfunktion
Sorgt für Produktvielfalt
Ug. Anreiz zu Leistungsvorteil

„Mit scharfem Blick, nach Kennerweise,
 Seh ich zunächst mal nach dem Preise.
 Und, bei genauerer Betrachtung,
 Steigt mit dem Preise auch die Achtung.“

(Wilhelm Busch)

Arbeitsauftrag:

Fassen Sie stichwortartig die verschiedenen Funktionen des Preises zusammen.

Menschliches Verhalten:

Preis als Knappheitssymbol: teurer = gut, weil knapp = begrenzt

Die Funktion des Preises

Ausgleichsfunktion = in Zahl Semmeln „Ausgleich“ in A+N = „Ergebnis“ von A+N ! Polypol: Gute Preis im Polypol, kein anderer besserer Preis möglich	Signalfunktion = Knappheitssymbol (- ausreichen ?) Zsp: P(1kg Gold) > P(1kg Silber)
Erfahrungsfunktion Preise beeinflussen das Verhalten der Marktteilnehmer A: Kostendisziplin N: Budgetmaximierung (→ richtiger Kauf) Zsp: P Alkopops = N!	Lenkungsfunktion Produktion wird auf die Märkte gelenkt, wo größte N = P! kommt → Preis löst das Problem, was produziert werden soll → Produktionsfaktoren werden effektivster Verwendung zugeleitet → Knappe Ressourcen fließen in rentable (nutzenbringende) Bereiche der UW → Allokationsfunktion

→ Ist es besser, weil es teurer ist?
(z.B. Porsche vs. Kombi)

- ▼ -Voraussetzung: freier Wettbewerb
 • - Auf monopolistischen Märkten sind die Preistrukturen teilweise oder ganz aufgehoben

VWL relevant

Zusammenfassende Übersicht Preisbildung auf verschiedenen Arten von Märkten

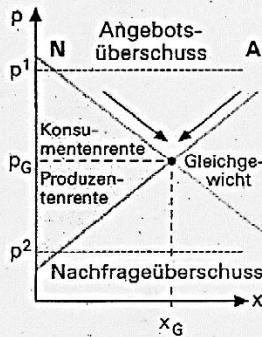


Preisbildung auf vollkommenen Märkten (Einheitspreis für ein Gut)

Polypol
(vollständige Konkurrenz)

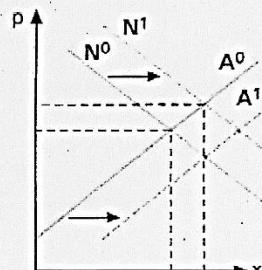
Keine Preispolitik möglich
Preis = Datum
Mengenanpasser

Entstehung des Gleichgewichtspreises



Zeichnen können

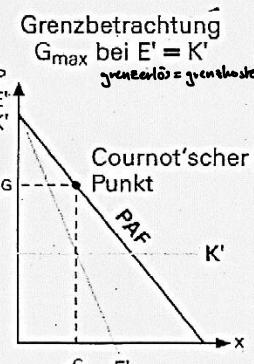
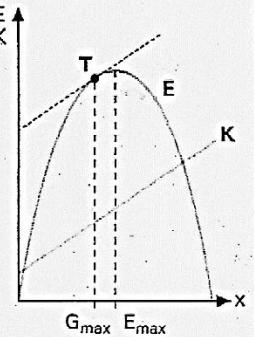
Veränderung des Gleichgewichtspreises



Monopol
(Cournot'scher Punkt)

Preis- oder Mengenfixierter

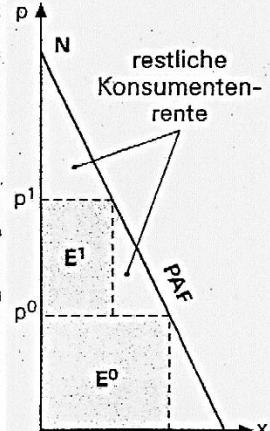
Gesamtbetrachtung
 $G = E - K \rightarrow \text{Max!}$



Preisbildung auf unvollkommenen Märkten (verschiedene Preise für ein Gut)

Monopol
(Preisdifferenzierung)

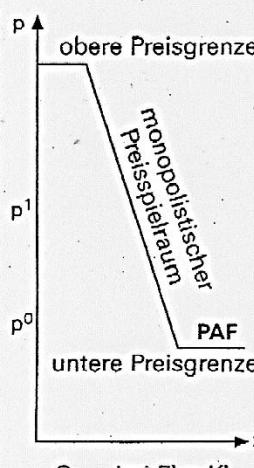
Das gleiche Produkt wird an verschiedene Käufergruppen zu unterschiedlichen Preisen verkauft (Abschöpfung der Konsumentenrente)



Erlössteigerung ($E^0 + E^1$) durch Abschöpfung von Konsumentenrente

Polypol
(monopolistische Konkurrenz)

Doppelt geknickte PAF (monopolistischer Preisraum)



G_{\max} bei $E' = K'$

Oligopol

Kooperatives Verhalten
(friedliche Strategie)

Preis-
starrheit

Preis-
führerschaft

Preis-
absprachen

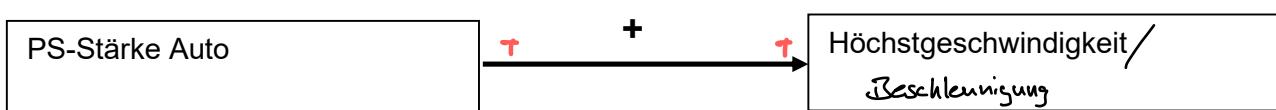
nichtkooperatives Verhalten
(aggressive Strategie)

Verdrängungswettbewerb
(Preiskampf, ruinöse Konkurrenz)

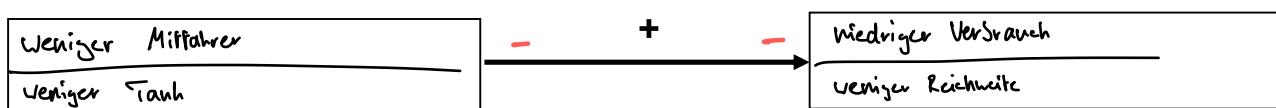
Schlussbetrachtung zur Preisbildung

Die Erkenntnisse aus den Modellen zur Preisbildung lassen sich nach der Ursache-Wirkungs-Methode strukturieren. Diese Methode stellt Elemente eines Systems in ein Ursache-Wirkungs-Verhältnis. Darstellen lässt sich die Methode in einem Vernetzungsdiagramm. Dieses enthält die einzelnen Elemente in einem Rechteck. Das Wirkungsgefüge zwischen den Elementen wird durch Pfeile wiedergegeben. Positive Wirkungen werden mit einem Pluszeichen, negative mit einem Minuszeichen an der Pfeilspitze kenntlich gemacht. Damit ist eine Richtung und keine Wertung gemeint.

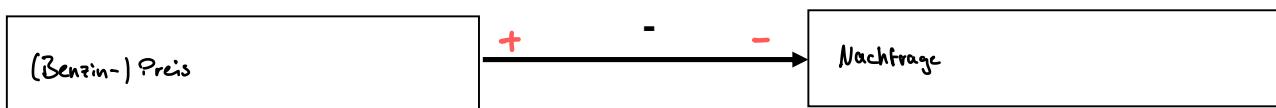
(+) gleichgerichteter Zusammenhang
Je mehr Ursache, desto mehr Wirkung



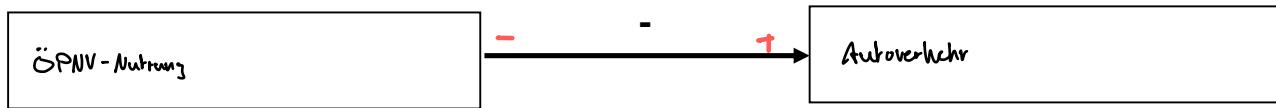
(+) gleichgerichteter Zusammenhang
Je weniger Ursache, desto weniger Wirkung



(-) entgegengesetzter Zusammenhang
Je mehr Ursache, desto weniger Wirkung



(-) entgegengesetzter Zusammenhang
Je weniger Ursache, desto mehr Wirkung



Aufgabe:

Erstellen Sie ein Vernetzungsdiagramm mit den Elementen: Anzahl der Marktteilnehmer, Marktmacht, Möglichkeit der Preisbeeinflussung und Intensität des Wettbewerbs.
 Stellen Sie die Wirkungsgefüge (wie oben dargestellt) zwischen den Elementen dar.

