

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
Homogenes (= gleichartiges) Gut	Heterogenes Gut
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
Transparenz (= Durchschaubarkeit)	Intransparenz
3. Anbieter und Nachfrager trafen nur an einem Ort, an der Mandarinenbörse zusammen. Keiner konnte daher einen Ort bevorzugen, z. B. weil er bequemer wäre.	Bequemlichkeit ist uns oft wichtig
Keine räumlichen Präferenzen	Räumliche Präferenz
4. Dem Käufer war es egal, von wem er seine Mandarinen kaufte, dem Verkäufer egal an wen er verkaufte: So bevorzugte der Käufer z. B. nicht einen Verkäufer, weil dieser ihm sympathisch erschien.	Service, Freundlichkeit, Sympathie spielen oft eine entscheidende Rolle
Keine personelle Präferenz	Personelle Präferenz
5. Allen Käufern wurden nach der Kursfeststellung die Mandarinen sofort übertragen. Es gab keine unterschiedlichen Lieferzeiten oder Bevorzugungen bei der Abfertigung	Für größere Mengen oder Sonderbestellungen muss man oft etwas warten
Sofortige Reaktion	Verzögerte Reaktion
Vollkommener Markt	Unvollkommener Markt

