

1.1.5. Marktformen



Von großer Bedeutung für die Verhaltensweisen von Anbietern und Nachfragern ist die Zahl der Marktteilnehmer. Je größer die Zahl der Anbieter, umso stärker ist beispielsweise der zu erwartende Konkurrenzkampf. Ein Anbieter mit vielen Konkurrenten trifft andere Entscheidungen als ein alleiniger Anbieter, der die gesamte Nachfrage auf sich vereinigt. Die Preisbildung vollzieht sich daher anders, je nachdem, ob es auf einem Markt viele, wenige oder nur einen Anbieter bzw. Nachfrager gibt. Um die Entscheidungen von Anbietern und Nachfragern auf Märkten, die sich hinsichtlich der Zahl der Marktteilnehmer unterscheiden, analysieren zu können, werden die Märkte üblicherweise nachfolgendem Marktformenschema gegliedert:

Nachfrager \ Anbieter		viele	wenige	einer
viele		Polypol	Nachfrageoligopol	Nachfragemonopol
wenige		Angebotsoligopol	zweiseitiges Oligopol	beschränktes Nachfragemonopol
einer		Angebotmonopol	beschränktes Angebotsmonopol	zweiseitiges Monopol



Ordne die folgenden Marktformen in die obenstehende Tabelle ein.

~~beschränktes Angebotsmonopol – Nachfragemonopol – Angebotsoligopol – zweiseitiges Polypol – Nachfrageoligopol – beschränktes Nachfragemonopol – Angebotsmonopol – zweiseitiges Monopol – zweiseitiges Oligopol~~

- ⚠ Beim Polypol hat der einzelne Marktteilnehmer nur einen geringen Anteil am Gesamtangebot bzw. an der Gesamtnachfrage.
- ⚠ Beim Angebotsoligopol hat der einzelne Oligopolist einen hohen Anteil am Gesamtangebot auf dem Markt.
- ⚠ Beim Angebotsmonopol verfügt der Monopolist über alleinige Marktmacht. Da er keine Konkurrenten hat, muss er bei seinen Entscheidungen nur die Reaktion der Nachfrager berücksichtigen.

Übungen

Ordne die folgenden Beispiele einer Marktform zu.

Beispiel	Marktform
1. Mittlerweile gibt es einige Paketdienste, die ihre Leistungen anbieten.	Angebotsoligopol
2. Verkauf von Autos und Benzin	Polypol
3. Der Zuständigkeitsbereich der Kaminkehrer ist in Bezirke aufgeteilt. Alle Haushalte eines Bezirks müssen sich zur Wartung ihrer Heizung an diesen Kaminkehrer wenden.	Angebotsmonopol
4. Der Staat schreibt eine Vergabe zu Brücken- und Straßenbauarbeiten auf der A73 aus.	Nachfragemonopol
5. Die Bundeswehr ordert 10 neue Militärflugzeuge.	beschränktes Nachfragemonopol
6. Seat, Skoda, Volkswagen und Audi kaufen neue Autolacke.	zweiseitiges Oligopol
7. Toppits bringt eine neue, patentierte Haushaltsfolie auf den Markt.	Angebotsmonopol
8. Deutsche Autos erfreuen sich weltweit großer Beliebtheit.	Angebotsoligopol
9. Verkauf von Kleidung und Lebensmitteln	Polypol
10. In Deutschland gibt es derzeit nur wenige Firmen, die den Automobilherstellern Katalysatoren liefern.	zweiseitiges Oligopol
11. Verkauf patentierter Vergaser für die Automobilindustrie	beschränktes Angebotsmonopol
12. Nur wenige Unternehmen stellen Militärbekleidung für die Bundeswehr her.	beschränktes Nachfragemonopol
13. Verkauf patentierter Schalter für BMW Fahrzeuge	zweiseitiges Monopol
14. Standardbriefbeförderung	Angebotsoligopol

1.1.6. Bedürfnisse, Bedarf Nachfrage

Jeder Mensch hat viele Wünsche, die auch als Bedürfnisse bezeichnet werden.

Bedürfnis = Mangelgefühl, das der Mensch zu beseitigen versucht.

Informationen:

1. Nach ihrer Dringlichkeit werden Bedürfnisse in drei Kategorien unterteilt: Existenz, Kultur, Luxusbedürfnisse
2. Nach der Art der Bedürfnisbefriedigung unterscheidet man:

Materielle Bedürfnisse:	Die Befriedigung des Bedürfnisses ist durch die Wirtschaft möglich, also z. B. durch den Kauf eines Produktes.
Immaterielle Bedürfnisse:	Die Befriedigung ist nicht direkt durch die Wirtschaft möglich (indirekt unter Umständen schon).
3. Des Weiteren unterscheidet man
 - Individualbedürfnisse: Bedürfnisse, die vom einzelnen Individuum befriedigt werden können.
 - Kollektivbedürfnisse: Bedürfnisse, die nur von der Gemeinschaft befriedigt werden können.

Handlungsauftrag:

1. Notieren Sie Beispiele für Bedürfnisse eines Menschen. Ordnen Sie Ihren Beispielen auch die Kategorisierung materiell/immateriell und individual/kollektiv zu.
 - a. Kennzeichnen Sie die materielle / immaterielle Bedürfnisse mit: M oder Im
 - b. Kennzeichnen Sie individuelle / kollektive Bedürfnisse mit: ind. Oder K.

Existenzbedürfnisse:			Kulturbedürfnisse:			Luxusbedürfnisse:		
Das sind lebensnotwendige Bedürfnisse, die unbedingt befriedigt werden, damit das Leben des Menschen nicht gefährdet wird.			Sie gehen über das existenziell Notwendige hinaus, werden von der jeweiligen wirtschaftlichen und sozialen Situation einer Gesellschaft beeinflusst. Sie entstehen aus der Lebensweise in einem Land. Kulturbedürfnisse müssen weitgehend befriedigt werden, damit der Mensch in seiner Gesellschaft anerkannt wird.			Exklusiver Stil: Luxusbedürfnisse weichen von den üblichen Standards weit ab und können von einem Großteil der Menschen nicht befriedigt werden.		
Miete	M	I	Kino	M	K	Swimmingpool	M	ind
Schlaf	IM	I	Gemeinschaft	IM	K	Luxusurlaub	IM	K, I
Medizinische Versorgung	M	K, I	Urlaub	IM	K, I	Sportwagen	M	I
Gesundheit	IM	K, I	Sport	IM	K, I			
Telekommunikation	M	K	Telekommunikation	M	K	Villa	M	I
Sicherheit	IM	K, I	Schönheit	M, IM	I	Schönheit(soperation)	M, IM	I
Nahrung	M	I	Klimaschutz	IM	K			
Wasser	M	I						
Bildung	IM	K	Bildung	IM	K			
Liebe	IM	K	Liebe	IM	K			

Der beinahe unbegrenzten Zahl von Bedürfnissen stehen begrenzte Mittel gegenüber, die den Menschen zwingen wirtschaftlich zu handeln.

Aus den Bedürfnissen muss jeder Mensch seinen Bedarf ermitteln:

Bedarf = Der Teil der Bedürfnisse, welcher mit Hilfe vorhandener Geldmittel befriedigt werden kann(=Kaufkraft)

Dabei wird im Moment des Kaufes eines Gutes der Bedarf zur **Nachfrage**!

Güter = Mittel zur Bedürfnisbefriedigung

Dabei unterscheidet man verschiedene Güterarten:

