

## Stellen Sie die Angebotskurve und die Nachfragekurve dar. Erläutern Sie den Begriff der „Elastizität“.

**Angebotskurve:** grafische Darstellung des Angebots

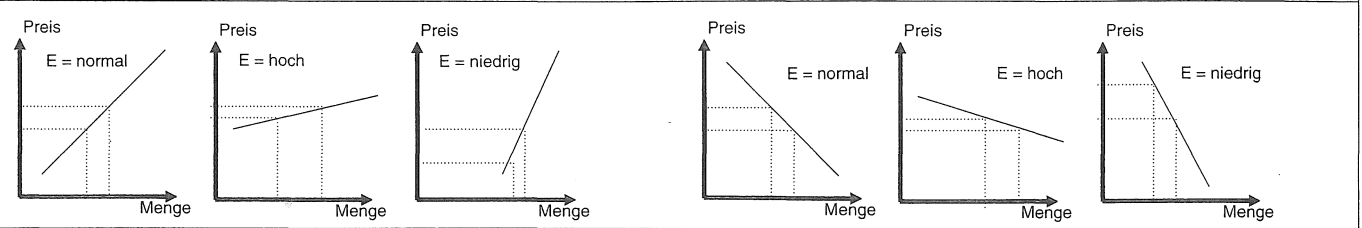
- ▷ Sinkt der Preis, dann sinkt auch das Angebot.
- ▷ Steigt der Preis, dann steigt auch das Angebot.

**Nachfragekurve:** grafische Darstellung des Angebots

- ▷ Sinkt der Preis, dann steigt die Nachfrage.
- ▷ Steigt der Preis, dann sinkt die Nachfrage.

Die **Elastizität** von Nachfrage und Angebot drückt aus, welche **Mengenänderung auf eine Änderung des Preises erfolgt**.

- ▷ **Normale Elastizität:** Die Mengenänderung verhält sich **proportional zur Preisentwicklung**.
- ▷ **Hohe Elastizität:** Die Mengenänderung verhält sich zu einer **Preisänderung überproportional**.
- ▷ **Niedrige Elastizität:** Die Mengenänderung verhält sich zu einer **Preisänderung unterproportional**.



## Beschreiben Sie die Merkmale des vollkommenen und des unvollkommenen Marktes.

### Vollkommener Markt

Der vollkommene Markt ist ein **Modell**, in dem das Verhalten der Anbieter und Nachfrager eines Marktes genau untersucht werden kann. Annahmen:

- ▷ Die gehandelten Güter sind homogen, d. h. **nicht unterscheidbar und außerdem beliebig teilbar**.
- ▷ Es gibt **keine räumliche Ausdehnung** des Marktes, d. h. alle möglichen Nachfrager haben **jederzeit freien Zugang** zu diesem Markt (Punktmarkt).
- ▷ Die Marktteilnehmer verfügen über eine **lückenlose Marktkennntnis** (vollkommene Markttransparenz).
- ▷ Es wird eine **hohe Anpassungsgeschwindigkeit** der Marktteilnehmer an Veränderungen bei Preisen und Mengen unterstellt.
- ▷ Alle **Marktteilnehmer handeln rational**.
- ▷ Auf einem vollkommenen Markt herrscht für jedes Gut zu jedem Zeitpunkt **nur ein Marktpreis**.

### Unvollkommener Markt

**Kaum eine der Bedingungen des vollkommenen Marktes** entspricht der Realität:

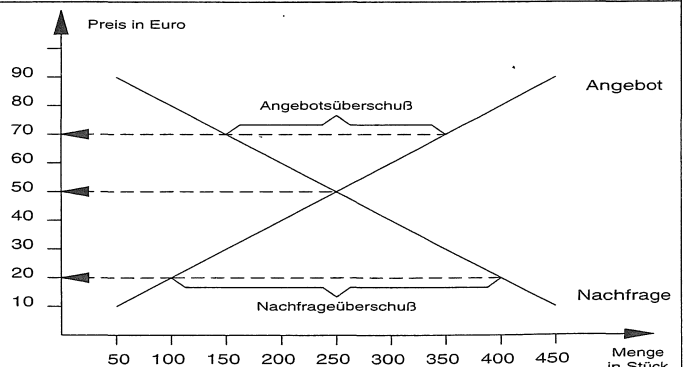
- ▷ Es gibt nur **wenige Güterarten, die völlig homogen** sind (z. B. Zement). Jeder Anbieter versucht, sein Produkt von dem der Konkurrenz abzugrenzen.
- ▷ Nahezu alle Märkte **haben eine räumliche Ausdehnung**. Punktmärkte wie die Börse sind sehr selten.
- ▷ Eine **vollständige Marktübersicht** für alle Marktteilnehmer ist **wirtschaftlich unmöglich**.
- ▷ **Kein** Marktteilnehmer kann sich mit „unendlich hoher Geschwindigkeit“ an den **Markt anpassen**.
- ▷ Die meisten **Verbraucher** lassen sich **unterschwellig** durch Werbung und Produktdesign **beeinflussen**.
- ▷ **Aktive Preisgestaltung** der Anbieter sorgt dafür, dass fast jedes Gut zu unterschiedlichen Preisen angeboten wird.

## Erläutern Sie die **Marktpreisbildung**.

Mit Hilfe des Modells der Preisbildung lassen sich die grundlegenden Zusammenhänge zwischen Angebot, Nachfrage und Preisbildung verdeutlichen. Die Aussagen zu diesem Modell treffen jedoch nur auf die Bedingungen des vollkommenen Marktes zu.

**Je höher der Preis, desto geringer ist die nachgefragte Menge (Nachfragekurve).**  
**Je höher der Preis, desto größer ist die angebotene Menge (Angebotskurve).**

- ▷ Bei einem hohen Preis von 70 € wird zwar eine große Menge (350 Stück) angeboten, aber zu diesem Preis gibt es nur eine Nachfrage von 150 Stück (**Angebotsüberschuss/Käufermarkt**).
- ▷ Bei einem niedrigen Preis von 20 € wird eine große Menge (400 Stück) nachgefragt, aber zu diesem Preis werden nur 100 Stück angeboten (**Nachfrageüberschuss/Verkäufermarkt**).
- ▷ Die größtmögliche Menge wird bei einem Preis von 50 € am Markt umgesetzt. Einem Angebot von 250 Stück steht eine Nachfrage von 250 Stück gegenüber. Diesen Preis bezeichnet man auch als **Gleichgewichtspreis**.



## Welche Funktionen erfüllt der Marktpreis?

<b>Lenkungs-funktion</b>	Niedrige Preise zeigen den Unternehmern, dass es sich <b>nicht mehr lohnt</b> , die Produktionsfaktoren in diesem Markt einzusetzen. Umgekehrt <b>zeigen hohe Preise lohnende Märkte auf</b> .
<b>Ausgleichs-funktion</b>	Die Nachfrager wollen mit den Gütern ihr <b>Nutzenmaximum</b> verwirklichen, die Anbieter streben nach dem <b>Gewinnmaximum</b> . Diese <b>gegensätzlichen Interessen</b> werden über den <b>Marktpreis ausgeglichen</b> .
<b>Anreizfunktion</b>	Die Preise für die Produktionsfaktoren stellen ein <b>Anreizsystem für die Anbieter von Produktionsfaktoren</b> dar.