

## Situation

Die DataSol GmbH möchte auf dem Konsumgütermarkt HDMI-Switches verkaufen. Bereits vor der Kalkulation des Angebotspreises merkt Herr Müller an: „Der Markt regelt den Preis!“ Um dieser Aussage nachzugehen, verschaffen Sie sich einen Überblick über die Marktlage:

The image shows two overlapping browser windows from google.de. The top window is titled 'Nachfrage nach HDMI-Switche' and lists demand data. The bottom window is titled 'Angebote an HDMI-Switche' and lists supply data. Both windows show a table with three columns: product name, price, and quantity.

HDMI-Switch	Preis	Nachfrage
HDMI-Switch	103,00 €	50 Stück
HDMI-Switch	103,25 €	40 Stück
HDMI-Switch	103,50 €	30 Stück
HDMI-Switch	103,75 €	20 Stück
HDMI-Switch	104,00 €	10 Stück

HDMI-Switch	Preis	Angebotene Menge
HDMI-Switch	103,00 €	10 Stück
HDMI-Switch	103,25 €	20 Stück
HDMI-Switch	103,50 €	30 Stück
HDMI-Switch	103,75 €	40 Stück
HDMI-Switch	104,00 €	50 Stück

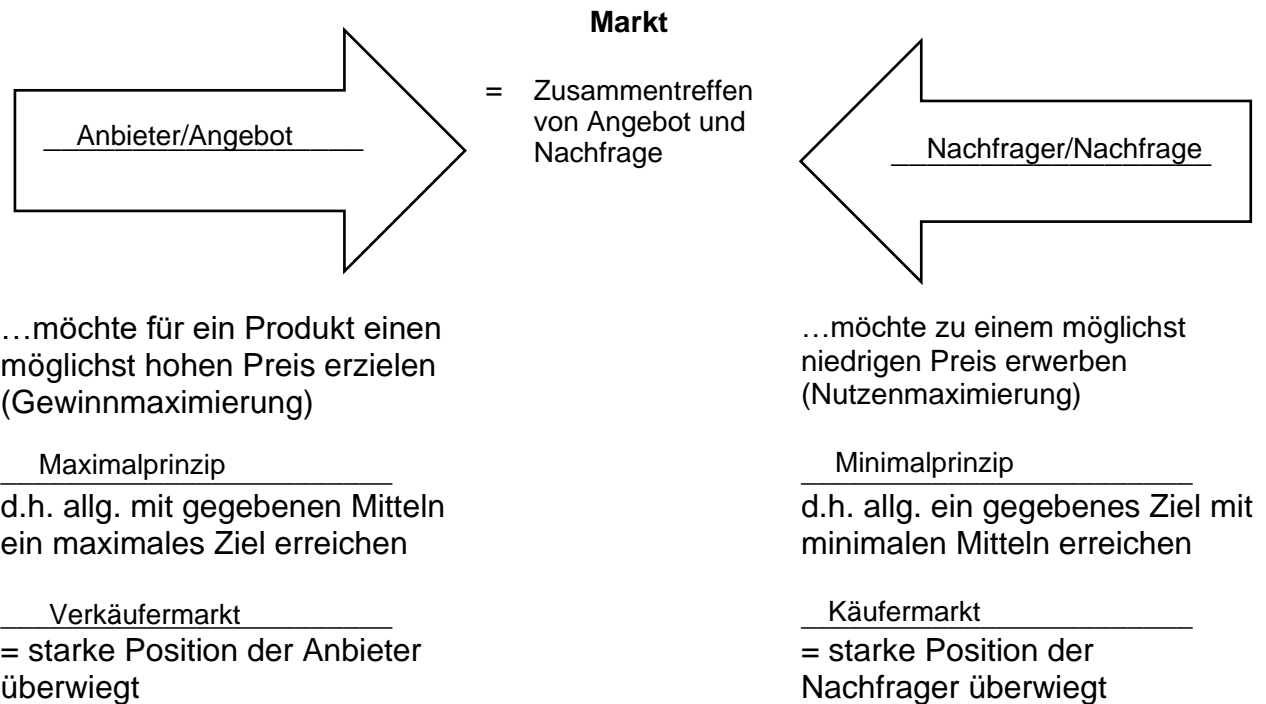
### Handlungsaufträge:

1. Informieren Sie sich zunächst über den Marktbegriff und welche Marktarten und Marktformen es gibt (Seite 2-4).
2. Klären Sie außerdem, welche Voraussetzung gegeben sein muss, damit der später von Ihnen ermittelte Preis tatsächlich realisierbar ist (Seite 4-5).
3. Ermitteln Sie auf Basis des Marktgeschehens den möglichen Verkaufspreis eines Switches unter der Annahme des vollkommenen Markts. Verwenden Sie hierfür die entsprechende Vorlage (Seite 5-6).
4. Zeigen Sie auf, wie sich Angebots- und Nachfragekurve verschieben (Seite 7).

## Marktbegriff

Das Zusammentreffen von Angebot und Nachfrage wird als Markt bezeichnet. Anbieter und Nachfrager verfolgen dabei unterschiedliche Ziele.

Ordnen Sie in der nachfolgenden Grafik die Begriffe *Anbieter/Angebot* und *Nachfrager/Nachfrage* der passenden Spalte und *Minimalprinzip*, *Maximalprinzip* sowie Verkäufermarkt und Käufermarkt der passenden Erklärung zu. Ergänzen Sie zudem den Marktbegriff.



## Marktarten

Je nachdem von welchem Gesichtspunkt aus man die Märkte betrachtet, können verschiedene Einteilungen gemacht werden.

**Ordnen Sie nachstehende Marktarten der jeweils passenden Beschreibung zu:**

Kapitalmarkt, Immobilienmarkt, Verkäufermarkt, geschlossener Markt, nicht-organisierter Markt, Investitionsgütermarkt, freier Markt, Käufermarkt, Konsumgütermarkt, regulierter Markt, Finanzmarkt, Arbeitsmarkt, organisierter Markt, offener Markt, Geldmarkt,

### 1. nach dem Umfang der Markteintrittsmöglichkeiten

Marktart	Beschreibung der Marktart
offener Markt	Jeder kann Anbieter oder Nachfrager sein: unbeschränkter Zugang
geschlossener Markt	Nicht jeder hat Zutritt: beschränkter Zugang <ul style="list-style-type: none"> <li>a. rechtliche Zulassungsbeschränkungen</li> <li>b. technische Zulassungsbeschränkungen</li> <li>c. finanzielle Zulassungsbeschränkungen</li> </ul>

- a) Markt für Waffen, Medikamente  
(auf Rezept und auf Anbieterseite), PX-Store (Markt für amerikanische Staatsbürger,...)
- b) Online Märkte (Anbieter- und Nachfrageseite), Stand auf dem Wochenmarkt,..
- c) Standgebühren beim Flohmarkt, Eintritt auf dem Weihnachtsmarkt,..

**2. nach der Art der gehandelten Güter und Dienstleistungen**

Einteilungsmerkmal	Marktart	Beschreibung der Marktart
<b>Gütermärkte</b> → wirtschaftliche Güter werden angeboten und nachgefragt	Konsumgütermarkt	Verbraucher kaufen Güter ein, die zu Konsumzwecken dienen
	Investitionsgütermarkt	Unternehmen kaufen Güter für die Herstellung anderer Güter (Produktion) ein
<b>Faktormärkte</b> → Produktionsfaktoren werden angeboten und nachgefragt	Arbeitsmarkt	Arbeitsleistung wird gegen Arbeitslohn gehandelt
	Immobilienmarkt	Handel mit Grundstücken und Gebäuden
	Finanzmarkt	Vermittlung von Geld und Kapital

**3. nach dem Umfang der staatlichen Beeinflussung**

Marktart	Beschreibung der Marktart
Freier Markt	Ohne jeden Staatseingriff
Regulierter Markt	Staat greift ein

**4. nach der Organisation**

Marktart	Beschreibung der Marktart
Organisierter Markt	Angebot und Nachfrage treffen sich zu bestimmten Zeiten z.B. Auktion, Flohmarkt, Wochenmarkt, Ladenöffnungszeiten, Börse,...
Nicht-Organisierter Markt	Angebot und Nachfrage treffen sich ohne Bindung an Zeit und Ort Online-Märkte,...

**5. nach der Beschaffung von Fremdkapital → Kreditmärkte**

Marktart	Beschreibung der Marktart
Geldmarkt	Markt für kurzfristige Mittel
Kapitalmarkt	Markt für langfristige Mittel

**6. nach der Einteilung der Marktposition**

Marktart	Beschreibung der Marktart
Verkäufermarkt	Verkäufer hat starke Marktposition, Nachfrageüberhang z.B. Ölkonzerne verkaufen Kraftstoff
Käufermarkt	Käufer hat starke Marktposition, Angebotsüberhang z.B. Güter des alltäglichen Bedarfs,...

## Marktformen

Folgende Grafik zeigt alle Marktformen auf:

		Nachfrager		
		Einer	Wenige	Viele
Anbieter	Einer	<b>Zweiseitiges Monopol</b> <i>z. B. Schalterhersteller für BMW-Fahrzeuge / BMW</i>	<b>Beschränktes Angebots-Monopol</b> <i>z. B. Hersteller eines Spezialmedikamentes / Patienten</i>	<b>Angebots-Monopol</b> <i>z. B. städtisches Wasserwerk / Bürger der Stadt</i>
	Wenige	<b>Beschränktes Nachfrage-Monopol</b> <i>z. B. Lokomotivenhersteller für die Deutsche Bahn / Deutsche Bahn</i>	<b>Zweiseitiges Oligopol</b> <i>z. B. Werften / Reedereien</i>	<b>Angebots-Oligopol</b> <i>z. B. Mineralölkonzerne / Autofahrer</i>
	Viele	<b>Nachfrage-Monopol</b> <i>z. B. Staat / Straßenbauer</i>	<b>Nachfrage-Oligopol</b> <i>z. B. Landwirte / Molkerei</i>	<b>Zweiseitiges Polypol</b> <i>z. B. Wertpapieranbieter / Aktionäre</i>

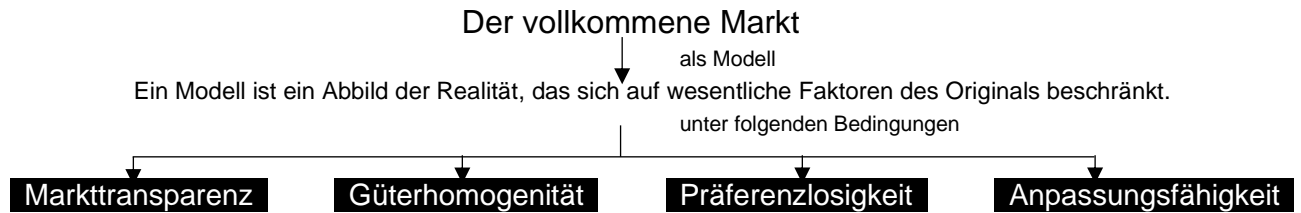
Ergänzen Sie die Lücken in nachfolgendem Text sinnvoll:

Die vorteilhafteste Marktform für ein Unternehmen ist das Angebots-Monopol, da in diesem Fall das Unternehmen keine Konkurrenz befürchten muss. Einen Gegensatz dazu bildet das Nachfrage-Monopol, wenn es nur einen Nachfrager, dafür aber viele Anbieter gibt. Beide Fälle sind jedoch sehr selten, viel häufiger ist das Zweiseitiges Oligopol, anzutreffen. Dies bezeichnet die Situation, in der es einige Anbieter und einige Nachfrager, gibt. Nehmen dann die Anbieter zu, wandelt sich die Form in ein Nachfrage-Oligopol, um. Die Situation, in der es viele Anbieter und Nachfrager gibt, heißt Zweiseitiges Polypol.

## Preisbildung am vollkommenen Markt

### 1. Kriterien des vollkommenen Markts

Der vollkommene Markt dient als Modell-Annahme, um die Preisbildung auf den Märkten zu veranschaulichen bzw. Wirkungszusammenhänge von Angebot und Nachfrage zu untersuchen. In der Realität existieren allerdings keine vollkommenen Märkte. Für die Annahme eines vollkommenen Marktes wird auf ein Modell zurückgegriffen, welches verschiedene Bedingungen erfüllen muss:



### Beispiele für die Merkmale des vollkommenen Marktes

Einem Käufer ist es egal, ob er das Gut von Firma A oder Firma B kauft. Er wird nicht von der Werbung oder der Verpackung beeinflusst:

Präferenzlosigkeit

Die Güter unterschiedlicher Hersteller haben die gleiche Qualität:

Güterhomogenität

Jeder Marktteilnehmer sieht sofort, wenn es Veränderungen auf dem Markt gibt und kann unmittelbar darauf reagieren:

Anpassungsfähigkeit

Jeder Marktteilnehmer weiß genau, welche Menge angeboten und nachgefragt wird, und kennt den Preis und die Qualität von jedem Gut:

Markttransparenz

**Merke:** Am ehesten erfüllen der Kapital- und der Devisenmarkt die Kriterien des vollkommenen Markts!

## 2. Preisbildung

### Lösung der Ausgangssituation

- a. Ergänzen Sie die Tabelle mithilfe der Daten aus der Situation, ermitteln Sie den Gleichgewichtspreis und markieren Sie die Zeile des Gleichgewichtspreises!

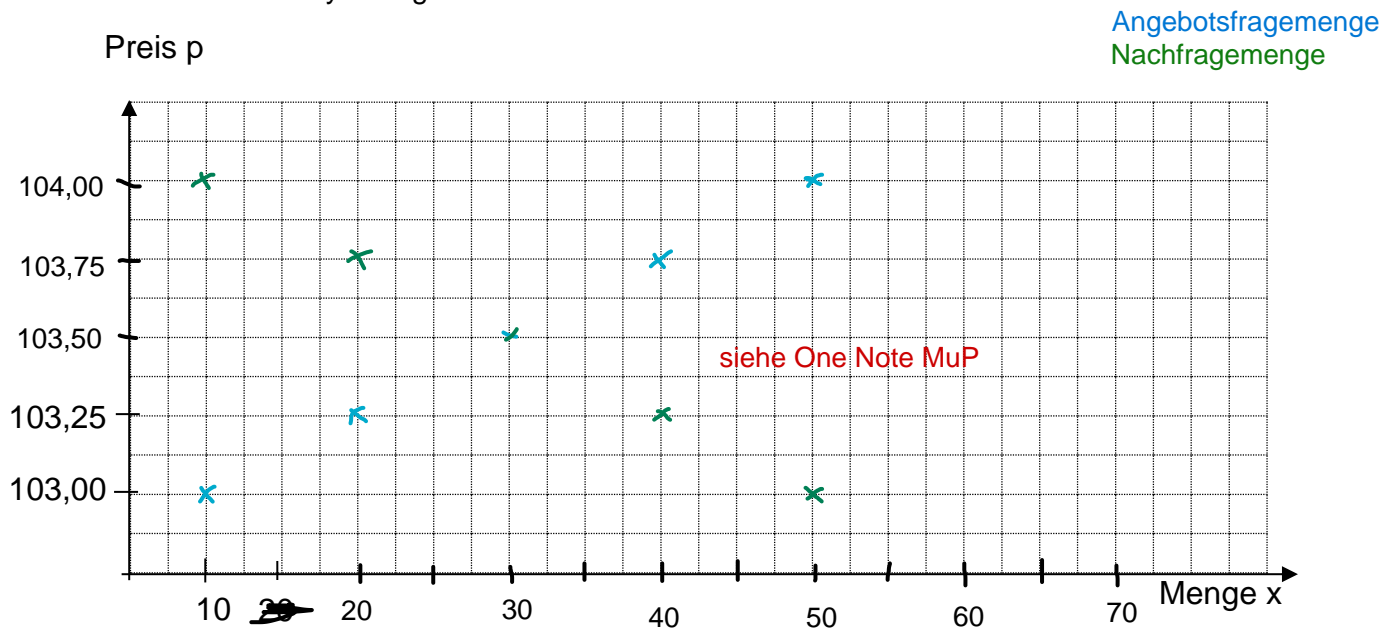
Preis pro Stück in €	Angebotsmenge A	Nachfragemenge N	Marktlage	Verkaufte Menge	Angebotsüberschuss	Nachfrageüberschuss
103,00	10	50	$A < N$	10	---	40
103,25	20	40	$A < N$	20	---	20
<b>103,50</b>	30	30	$A = N$	30	---	---
103,75	40	20	$A > N$	20	20	---
104,00	50	10	$A > N$	10	40	---

Gleichgewichtspreis

## LS2.0: MARKT UND PREIS

DATUM:

- b. Stellen Sie die Daten der Tabelle zur Angebots- und Nachfragemenge in folgendem Koordinatensystem grafisch dar:



- c. Ergänzen Sie Ihr obiges Diagramm mit der **Gleichgewichtsmenge**, dem **Gleichgewichtspreis**, dem **Angebots-** sowie den **Nachfrageüberschuss** (mit geschweiften Klammern) bzw. **Käufer-** sowie **Verkäufermarkt**.

**Fazit:**

- Je höher der Preis, desto höher das Angebot und desto geringer die Nachfrage.
- Je niedriger der Preis, desto geringer das Angebot und desto höher die Nachfrage.

- d. Interpretieren Sie den ermittelten Gleichgewichtspreis für die Ausgangssituation:

### 3. Verschiebung der Kurven

Bei sich ändernden Bestimmungsgrößen des Nachfrage- bzw. Angebotsverhaltens (z. B. durch Änderung des Einkommens, Änderung der Bevölkerungsstruktur, Preisänderungen anderer Güter, Zukunftserwartungen...) kommt es zu **Verschiebungen der Kurven**.

Welche Folgen haben folgende Änderungen bei **sonst gleichen Bedingungen** für den Gleichgewichtspreis der Switches?

**Weisen Sie die Veränderungen mit Hilfe der untenstehenden Skizze nach.**

a) *Aufgrund eines neuen Produktionsverfahrens können mehr Switches in der selben Zeit produziert werden.*

staatliche kostensenkende Maßnahmen, sinkende Kosten bei Vorprodukten, gute Ernte

- Kurvenverschiebung von  $A_0$  nach  $A_1$
- Preisverschiebung von  $P_0$  nach  $P_1$  → Preis sinkt
- Mengenverschiebung von  $M_0$  nach  $M_1$  → Menge steigt
- Rechtsverschiebung der Angebotskurve

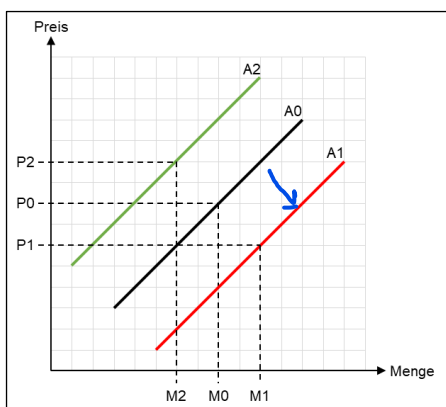
Wird benötigt um das Gut (HDMI-Switch nutzen zu können)

b) *Der Preis von HDMI-Kabel ist gestiegen (Komplementärgut).*

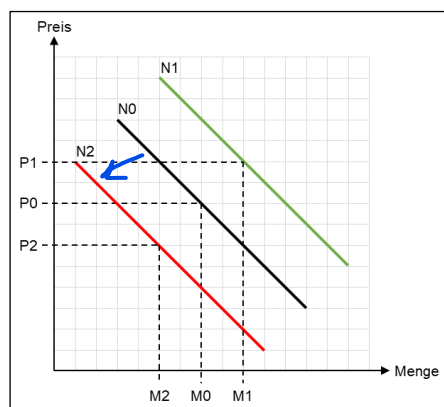
weitere Bsp.: Nachfrage ist erfüllt, negative Zukunftserwartung; erwartete Preissenkung

- Kurvenverschiebung von  $N_0$  nach  $N_2$
- Preisverschiebung von  $P_0$  nach  $P_2$
- Mengenverschiebung von  $M_0$  nach  $M_2$
- Linksverschiebung der Nachfragekurve

#### a) Verschiebung der Angebotskurve (HDMI-Switch)



#### b) Verschiebung der Nachfragekurve (HDMI-Switch)



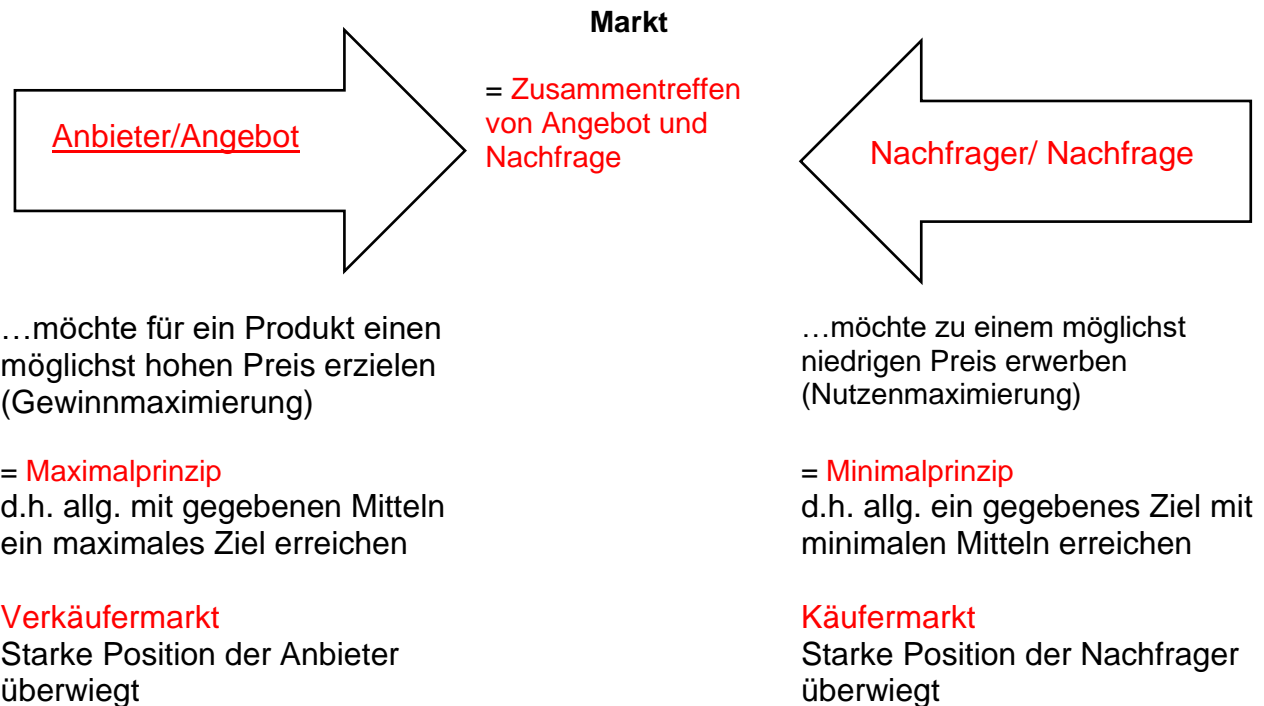
**Bonusaufgabe:** Finden Sie je ein Beispiel für

- I. eine Linksverschiebung der Angebotskurve. steigende Kosten, Steuererhöhungen, Produktionsausfall
- II. eine Rechtsverschiebung der Nachfragekurve. höheres Einkommen, höhere Nutzeneinschätzung (Bsp. Schutzmasken), erwarteter Mangel (Bsp. Klopapier während Lockdown), ...

## Marktbegriff

Das Zusammentreffen von Angebot und Nachfrage wird als Markt bezeichnet. Anbieter und Nachfrager verfolgen dabei unterschiedliche Ziele.

Ordnen Sie in der nachfolgenden Grafik die Begriffe *Anbieter/Angebot* und *Nachfrager/Nachfrage* der passenden Spalte und *Minimalprinzip*, *Maximalprinzip* sowie Verkäufermarkt und Käufermarkt der passenden Erklärung zu. Ergänzen Sie zudem den Marktbegriff.



## Marktarten

Je nachdem von welchem Gesichtspunkt aus man die Märkte betrachtet, können verschiedene Einteilungen gemacht werden.

**Ordnen Sie nachstehende Marktarten der jeweils passenden Beschreibung zu:**

Kapitalmarkt, Immobilienmarkt, Verkäufermarkt, geschlossener Markt, nicht-organisierter Markt, Investitionsgütermarkt, freier Markt, Käufermarkt, Konsumgütermarkt, regulierter Markt, Finanzmarkt, Arbeitsmarkt, organisierter Markt, offener Markt, Geldmarkt,

### 1. nach dem Umfang der Markteintrittsmöglichkeiten

Marktart	Beschreibung der Marktart
Offener Markt	Jeder kann Anbieter oder Nachfrager sein: unbeschränkter Zugang
Geschlossener Markt	Nicht jeder hat Zutritt: beschränkter Zugang d. rechtliche Zulassungsbeschränkungen e. technische Zulassungsbeschränkungen f. finanzielle Zulassungsbeschränkungen



## 2. nach der Art der gehandelten Güter und Dienstleistungen

Einteilungsmerkmal	Marktart	Beschreibung der Marktart
<b>Gütermärkte</b> → wirtschaftliche Güter werden angeboten und nachgefragt	Konsumgütermarkt	Verbraucher kaufen Güter ein, die zu Konsumzwecken dienen
	Investitionsgütermarkt	Unternehmen kaufen Güter für die Herstellung anderer Güter (Produktion) ein
<b>Faktormärkte</b> → Produktionsfaktoren werden angeboten und nachgefragt	Arbeitsmarkt	Arbeitsleistung wird gegen Arbeitslohn gehandelt
	Immobilienmarkt	Handel mit Grundstücken und Gebäuden
	Finanzmarkt	Vermittlung von Geld und Kapital

## 3. nach dem Umfang der staatlichen Beeinflussung

Marktart	Beschreibung der Marktart
Freier Markt	Ohne jeden Staatseingriff
Regulierbarer Markt	Staat greift ein

## 4. nach der Organisation

Marktart	Beschreibung der Marktart
Organisierter Markt	Angebot und Nachfrage treffen sich zu bestimmten Zeiten
Nicht- organisierter Markt	Angebot und Nachfrage treffen sich ohne Bindung an Zeit und Ort

## 5. nach der Beschaffung von Fremdkapital → Kreditmärkte

Marktart	Beschreibung der Marktart
Geldmarkt	Markt für kurzfristige Mittel
Kapitalmarkt	Markt für langfristige Mittel

## 6. nach der Einteilung der Marktposition

Marktart	Beschreibung der Marktart
Verkäufermarkt	Verkäufer hat starke Marktposition, Nachfrageüberhang
Käufermarkt	Käufer hat starke Marktposition, Angebotsüberhang

## Marktformen

Folgende Grafik zeigt alle Marktformen auf:

		Nachfrager		
		Einer	Wenige	Viele
Anbieter	Einer	<b>Zweiseitiges Monopol</b> <i>z. B. Schalterhersteller für BMW-Fahrzeuge / BMW</i>	<b>Beschränktes Angebots-Monopol</b> <i>z. B. Hersteller eines Spezialmedikamentes / Patienten</i>	<b>Angebots-Monopol</b> <i>z. B. städtisches Wasserwerk / Bürger der Stadt</i>
	Wenige	<b>Beschränktes Nachfrage-Monopol</b> <i>z. B. Lokomotivenhersteller für die Deutsche Bahn / Deutsche Bahn</i>	<b>Zweiseitiges Oligopol</b> <i>z. B. Werften / Reedereien</i>	<b>Angebots-Oligopol</b> <i>z. B. Mineralölkonzerne / Autofahrer</i>
	Viele	<b>Nachfrage-Monopol</b> <i>z. B. Staat / Straßenbauer</i>	<b>Nachfrage-Oligopol</b> <i>z. B. Landwirte / Molkerei</i>	<b>Zweiseitiges Polypol</b> <i>z. B. Wertpapieranbieter / Aktionäre</i>

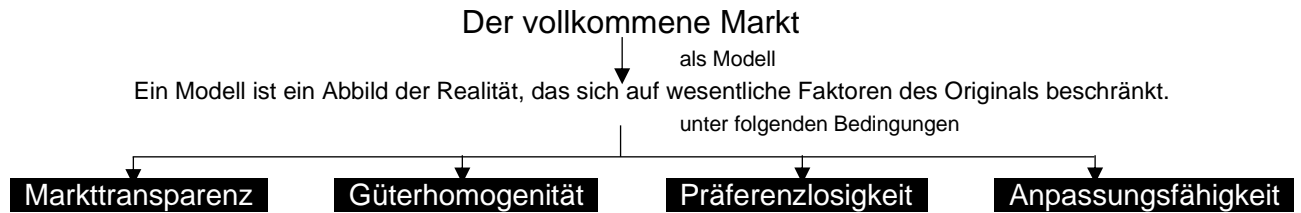
Ergänzen Sie die Lücken in nachfolgendem Text sinnvoll:

Die vorteilhafteste Marktform für ein Unternehmen ist das **Angebotsmonopol**, da in diesem Fall das Unternehmen keine Konkurrenz befürchten muss. Einen Gegensatz dazu bildet das **Nachfragemonopol**, wenn es nur einen Nachfrager, dafür aber viele Anbieter gibt. Beide Fälle sind jedoch sehr selten, viel häufiger ist das **zweiseitige Oligopol** anzutreffen. Dies bezeichnet die Situation, in der es einige Anbieter und einige **Nachfrager** gibt. Nehmen dann die Anbieter zu, wandelt sich die Form in ein **Nachfrage-Oligopol** um. Die Situation, in der es viele Anbieter und Nachfrager gibt, heißt **Polypol**.

## Preisbildung am vollkommenen Markt

### 1. Kriterien des vollkommenen Markts

Der vollkommene Markt dient als Modell-Annahme, um die Preisbildung auf den Märkten zu veranschaulichen bzw. Wirkungszusammenhänge von Angebot und Nachfrage zu untersuchen. In der Realität existieren allerdings keine vollkommenen Märkte. Für die Annahme eines vollkommenen Marktes wird auf ein Modell zurückgegriffen, welches verschiedene Bedingungen erfüllen muss:



### Ergänzen Sie die Merkmale für folgende Beispiele

Einem Käufer ist es egal, ob er das Gut von Firma A oder Firma B kauft. Er wird nicht von der Werbung oder der Verpackung beeinflusst:

Präferenzlosigkeit

Die Güter unterschiedlicher Hersteller haben die gleiche Qualität:

Güterhomogenität

Jeder Marktteilnehmer sieht sofort, wenn es Veränderungen auf dem Markt gibt und kann unmittelbar darauf reagieren:

Anpassungsfähigkeit

Jeder Marktteilnehmer weiß genau, welche Menge angeboten und nachgefragt wird, und kennt den Preis und die Qualität von jedem Gut:

Markttransparenz

**Merke:** Am ehesten erfüllen der Kapital- und der Devisenmarkt die Kriterien des vollkommenen Markts!

## 2. Preisbildung

### Lösung der Ausgangssituation

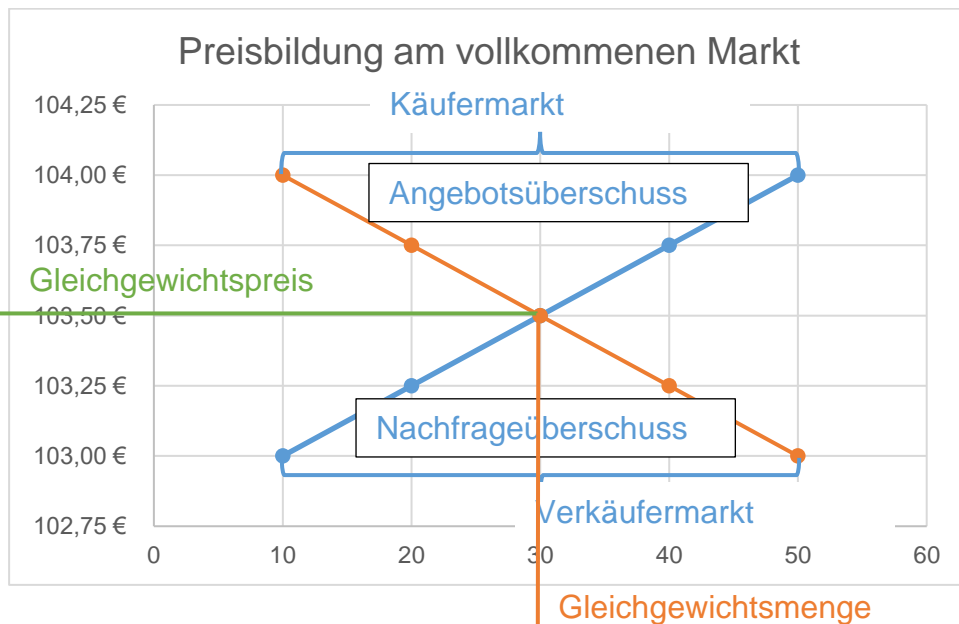
- e. Ergänzen Sie die Tabelle mithilfe der Daten aus der Situation, ermitteln Sie den Gleichgewichtspreis und markieren Sie die Zeile des Gleichgewichtspreises!

Preis pro Stück in €	Angebotsmenge A	Nachfragemenge N	Marktlage	Verkaufte Menge	Angebotsüberschuss	Nachfrageüberschuss
103,00	10	50	$A < N$	10	---	40
103,25	20	40	$A < N$	20	---	20
103,50	30	30	$A = N$	30	---	---
103,75	40	20	$A > N$	20	20	---
104,00	50	10	$A > N$	10	40	---

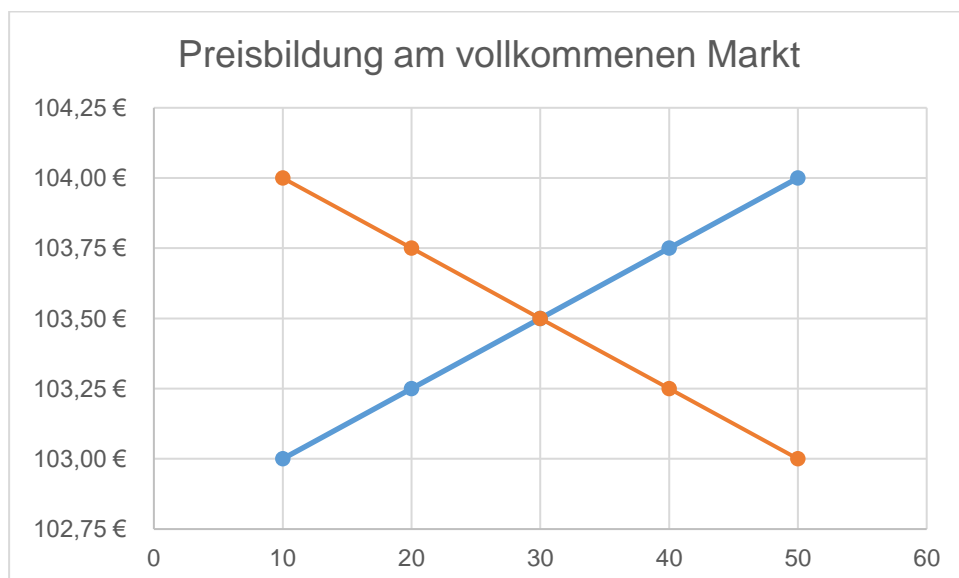
## LS2.0: MARKT UND PREIS

DATUM:

- f. Stellen Sie die Daten der Tabelle zur Angebots- und Nachfragemenge mithilfe eines Diagramms dar (Anleitung zur Erstellung eines Diagramms finden Sie ab Seite 8 des Dokuments):



- g. Ergänzen Sie Ihr obiges Diagramm mit dem **Gleichgewichtsmenge**, den **Gleichgewichtspreis**, den **Angebots-** sowie den **Nachfrageüberschuss** (mit geschweiften Klammern) bzw. **Käufer-** sowie **Verkäufermarkt** mithilfe von Linien (unter Einfügen).



Fazit:

- Je höher der Preis, desto **höher** das Angebot und desto **geringer** die Nachfrage.
- Je niedriger der Preis, desto **kleiner** das Angebot und desto **größer** die Nachfrage.

h. Interpretieren Sie den ermittelten Gleichgewichtspreis für die Ausgangssituation:

Der ermittelte Gleichgewichtspreis ist nur unter den Bedingungen des vollkommenen Marktes realisierbar. In Wirklichkeit fließen jedoch auch Qualitätsunterschiede, persönliche Präferenzen... in die Kaufentscheidung mit ein.

### 3. Verschiebung der Kurven

Bei sich ändernden Bestimmungsgrößen das Nachfrage- bzw. Angebotsverhaltens (z. B. durch Änderung des Einkommens, Änderung der Bevölkerungsstruktur, Preisänderungen anderer Güter, Zukunftserwartungen...) kommt es zu **Verschiebungen der Kurven**.

Welche Folgen haben folgende Änderungen bei **sonst gleichen Bedingungen** für den Gleichgewichtspreis der Switches?

Weisen Sie die Veränderungen mit Hilfe der untenstehenden Skizze nach.

- a) Aufgrund eines neuen Produktionsverfahrens können mehr Switches in der selben Zeit produziert werden.

*Weitere Beispiele: staatliche kostensenkende Maßnahmen, sinkende Faktorkosten, gute Ernte*

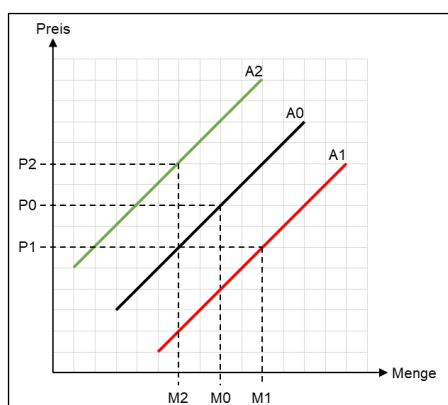
- Kurvenverschiebung von **A0** nach **A1**
- Preisverschiebung von **P0** nach **P1**
- Mengenverschiebung von **M0** nach **M1**
- **Rechts**verschiebung der **Angebots**kurve

- a) Der Preis von HDMI-Kabel ist gestiegen (Komplementärgut).

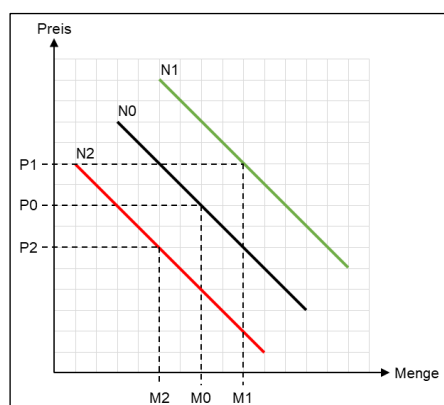
*Weitere Bsp: erwartete Preissenkungen, tiefere Nutzeneinschätzung, Sinkender Preis von Substitutionsgut, steigender Preis Komplementärgut*

- Mengenverschiebung von **N0** nach **N2**
- Preisverschiebung von **P0** nach **P2**
- Mengenverschiebung von **M0** nach **M2**
- **Links**verschiebung der **Nachfrage**kurve

#### Verschiebung der Angebotskurve



#### Verschiebung der Nachfragekurve



**Bonusaufgabe:** Finden Sie je ein Beispiel für

- I. eine Linksverschiebung der Angebotskurve. → steigende Kosten, Produktionsausfall (Streiks), Steuererhöhungen
- II. eine Rechtsverschiebung der Nachfragekurve. → höhere Nutzeneinschätzung (Masken), höheres Einkommen, steigende Preise von Substitutionsgütern