

DER MARKT IM GLEICHGEWICHT – WIE BILDEN SICH PREISE?

Was haben der Wochenmarkt und Ebay gemeinsam? Beides sind Märkte, auf denen Güter und Dienstleistungen getauscht werden und damit Angebot und Nachfrage zusammentreffen. So bilden sich die Preise. Die Zielsetzungen der Konsumenten (Nachfrager) und der Unternehmen (Anbieter) könnten dabei allerdings gegensätzlicher nicht sein. Die Konsumenten wollen möglichst wenig bezahlen, und die Unternehmen wollen einen möglichst hohen Preis erzielen, um die angefallenen Kosten zu decken und um einen Gewinn zu erwirtschaften. Aber trotz dieser Gegensätze kommt es auf Märkten zu Vertragsabschlüssen und es stellt sich für beide Seiten ein zufriedenstellendes Ergebnis ein. Wie dieser Mechanismus funktioniert zeigt eine digitale Marktsimulation.

ÜBERBLICK ÜBER DIE UNTERRICHTSEINHEIT

THEMENBEREICH	Grundannahmen des ökonomischen Denkens → Preisbildung
VORWISSEN	Maximalprinzip, Minimalprinzip, Arbeitsteilung, Rationalitätsprinzip, ökonomisches Prinzip
ZEITBEDARF	ca. 2 Unterrichtsstunden
METHODE	Simulation (digital)
KOMPETENZEN	Die Schülerinnen und Schüler... <ul style="list-style-type: none">• nennen die Zielsetzungen der Anbieter und Nachfrager auf dem Markt.• erklären die Preisbildung nach der allgemeinen Gleichgewichtstheorie.• gestalten das Marktmodell für ein Gut.• beurteilen die unterschiedlichen Preiselastizitäten.
SCHLAGWORTE	Markt, Nachfrage, Angebot, Gut, Gleichgewichtspreis, Gleichgewichtsmenge, Nachfragekurve, Angebotskurve, Preiselastizität
AUTOR	Christian Rapp
PRODUKTION	C.C.Buchner Verlag

DAS YIN UND YANG EINES MARKTES

Ein wichtiger Schritt in der Entwicklung des Wirtschaftslebens war die Erfindung der Arbeitsteilung. Der Produktionsprozess wird dabei aufgeteilt und jeder stellt das Gut her, das er am effektivsten produzieren kann. Ziel ist es, dass jeder Zugang zu den Gütern bekommt, die er selbst nicht produziert. Daher wurden Marktplätze eingerichtet. Der **Markt** stellt also den Ort dar, an dem sich die **Produzenten** und die **Konsumenten** treffen. Dieser kann real (z. B. der Wochenmarkt) oder virtuell (z. B. Ebay) sein. Das Ziel der Nachfrager ist es, ihren Konsumwunsch zu erfüllen. Dabei streben sie einen möglichst geringen Verlust der Kaufkraft an. Die Produzenten wollen ihre Güter mit einem möglichst hohen Gewinn absetzen. Das Marktmodell geht also grundlegend davon aus, dass sowohl die Produzenten als auch die Konsumenten rational handeln. Sie wollen ausschließlich den eigenen Nutzen maximieren.

Dem Marktmodell liegt der **vollkommene Markt** zugrunde. Diesen gibt es in der Realität nicht, aber vereinfacht wirtschaftliche Zusammenhänge, reduziert Komplexität und soll das Funktionieren eines Marktes im Wesentlichen darstellen.

Folgende Annahmen werden getroffen:

- Alle Güter sind gleicher Qualität und Aufmachung: Sie sind homogen.
- Auf dem Markt befinden sich viele Nachfrager und alle gleichartigen Güter haben den gleichen Preis, da vollkommener Wettbewerb herrscht.
- Alle Güter sind für jeden Marktteilnehmer gleichermaßen zugänglich. Es gibt also keine räumlichen oder zeitlichen Präferenzen.
- Die Konsumenten treffen ausschließlich rationale Kaufentscheidungen, da sie wissen, dass dies das bestmögliche Geschäft ist. Sie handeln ohne persönliche Präferenzen.
- Zu jedem Zeitpunkt weiß jeder Marktteilnehmer über das gesamte Angebot und die gesamte Nachfrage Bescheid. Es herrscht vollkommene Information auf dem Markt.

Der Preis entsteht auf dem Markt ausschließlich durch das Zusammenspiel der Größen **Angebot** und **Nachfrage**. Im Modell vollzieht sich der **Preisbildungsprozess** folgendermaßen: Es gilt, dass von einem Gut umso mehr gekauft wird, je geringer der Preis des Gutes ist. Umgekehrt wird von einem Gut umso weniger gekauft, je teurer dieses Gut ist. Mit anderen Worten: Ein sinkender Preis erhöht die Nachfrage nach einem Gut, weil entweder neue Käufer für dieses Produkt gewonnen werden können oder aber die bisherigen Käufer mehr von diesem Gut kaufen (**sinkende Nachfragekurve**). Die Anbieter verhalten sich genau umgekehrt. Der Anbieter verfolgt mit seinem Angebot die Absicht, eine bestimmte Menge eines bestimmten Gutes zu verkaufen. Dabei soll der erzielbare Preis mindestens seine Kosten decken. Es gilt: Je höher der erzielbare Marktpreis ist, desto mehr Anbieter werden ihre Waren anbieten, desto größer wird das Angebot auf dem Markt sein (**steigende Angebotskurve**). Also besteht auch beim Angebot ein Preis-Mengen-Zusammenhang. Wenn im Ideal das Angebot der Nachfrage entspricht, gibt es einen Preis, der alle Parteien am Markt zufriedenstellt. Diesen Preis nennt man den **Gleichgewichtspreis** und die gehandelte Menge nennt man **Gleichgewichtsmenge**. Grafisch ist dieser Prozess über das Preis-Mengen-Diagramm nachvollziehbar. Angebot und Nachfrage werden dabei als lineare Funktionen von Preis und Menge abgetragen. Der Schnittpunkt der Geraden stellt die Gleichgewichtssituation dar. In allen anderen Fällen kommt es zum **Angebotsüberschuss** oder **Nachfrageüberschuss**. Die Marktteilnehmer ändern in diesen Situationen ihr Verhalten, so dass sich der Gleichgewichtspreis einpendelt. Sollte es zum Gleichgewicht auf dem Markt kommen, stellt dies in der Regel ausschließlich eine Momentaufnahme dar. Äußere Einflüsse können dazu führen, dass Preise sich verändern.

Zeit	Phase	Inhalte	Materialien	Tipps/Hinweise
1. Unterrichtsstunde				
10'	Einstieg	Die SuS definieren mithilfe der drei Beispiele den Begriff Markt und erkennen den Interessengegensatz zwischen Anbietern und Nachfragern.	M1 Die Vielfalt von Märkten	Fotos mittels eines Projektors/PC mit Beamer darstellen
35'	Erarbeitung I	Mithilfe einer Online-simulation lernen die SuS, wie die Preisbildung auf einem (vollkommenen) Markt funktioniert.	Online-Simulation: Marktspiel	Handy oder PC/Tablet und Beamer Aufgabe 2c erst nach dem Ende der letzten Spielrunde besprechen
2. Unterrichtsstunde				
15'	Erarbeitung II	Die SuS erklären, wie es zu einem Marktgleichgewicht kommt (Gleichgewichtspreis).	M2 Wie viel sind Sie bereit zu zahlen? M3 Angebots- und Nachfragekurve	Handy oder PC/Tablet und Beamer
20'	Anwendung	Die SuS berechnen den Gleichgewichtspreis auf einem fiktiven Markt und stellen ihre Lösung vor.	M4 Die Gemeinde Neustadt – ein Beispiel	Partnerarbeit Dokumentenkamera
10'	Vertiefung	Die SuS erklären den Begriff Preiselastizität und zeichnen die entsprechenden Nachfragekurven ein.	M5 Preiselastizität der Nachfrage Arbeitsblatt: Preiselastizität am Beispiel	Einzelarbeit Dokumentenkamera

M1 Die Vielfalt von Märkten



© Thinkstock / iStockphoto / fotojog

Ein Obst und Gemüsestand auf dem Viktualienmarkt in München



© www.wikimedia.org / Pythagomath

Der Handelsplatz der Frankfurter Wertpapierbörse



© dpa Picture Alliance / Bildagentur-online / Schoening

„Drei, zwei, eins ... meins!“ Der Onlinemarktplatz Ebay

AUFGABE

1. a) Beschreiben Sie die drei Bilder (M1) und arbeiten Sie die Gemeinsamkeiten und Unterschiede der dargestellten Märkte heraus.
b) Benennen Sie die Marktteilnehmer und erklären Sie deren unterschiedliche Zielsetzungen.
c) Erläutern Sie, warum auch Produzenten Nachfrager sind.



Marktspiel

In diesem digitalen Lernspiel schlüpfen Sie in die Rolle eines Käufers bzw. Verkäufers und handeln den Preis für eine Kiste Äpfel aus. Am Ende sollte ein erfolgreicher Kaufabschluss zu einem für Sie guten Preise stehen. Doch die Preisvorstellungen der Verkäufer und ihrer Kunden sind oft unterschiedlicher als gedacht. Werden Sie sich trotzdem einigen?

AUFGABE

2. a) Sie sind ein Käufer /Verkäufer auf dem Apfelmarkt mit einer bestimmten Preisvorstellung. Spielen Sie das Marktspiel gemäß der Anleitung. Ihr Ziel ist es dabei, sich mit einem anderen Marktteilnehmer handelseinig zu werden.
- b) Nach jedem Handelstag wird Ihnen eine Marktanalyse zur Verfügung gestellt. Erläutern Sie die Ergebnisse. Beschreiben Sie ab dem zweiten Handelstag die Entwicklung der Preisspanne und des Durchschnittspreises.
- c) Erklären Sie mithilfe der Marktanalyse nach dem letzten Handelstag, warum manche Anbieter eine höhere Anzahl an Geschäftsabschlüssen erzielt haben als andere und wie sich die Anzahl der Anbieter im nächsten Jahr auf dem Apfelmarkt verändern könnte.

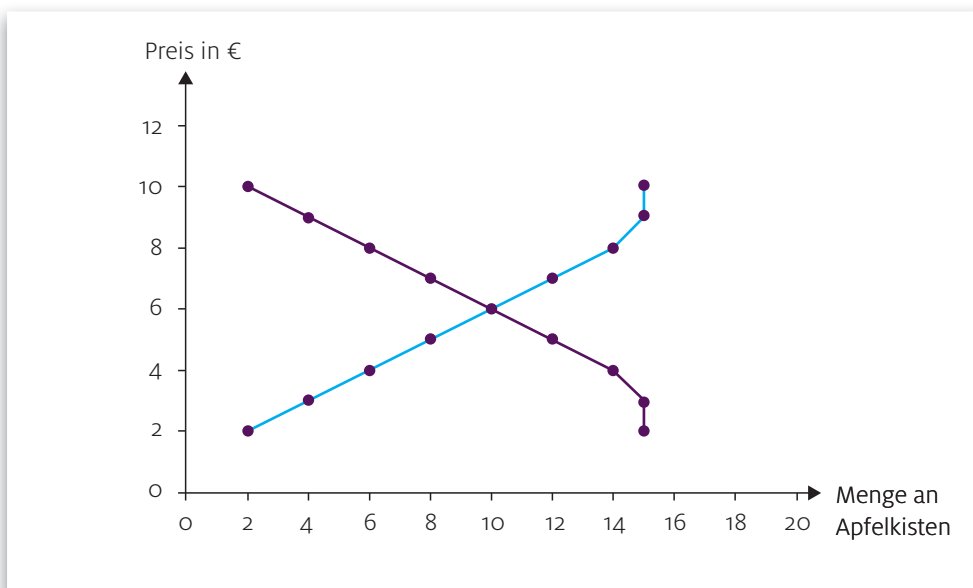
M2 Wie kommt es zu einem Marktgleichgewicht?

Nachdem die Marktwoche zu Ende ist, zeigt sich bei der Auswertung der Käufe und Verkäufe, dass sich der Verkaufspreis für eine Kiste Äpfel 6 Euro annähert. Aber was sind die Gründe für diese Preisentwicklung?

Eine Umfrage unter den Verkäufern und Käufern ergab folgendes Ergebnis:

Preis in €	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Angebote Menge an Apfelkisten	2	4	6	8	10	12	14	15	15
Nachgefragte Menge an Apfelkisten	15	15	14	12	10	8	6	4	2

M3 Angebots- und Nachfragekurve



AUFGABE

- Analysieren Sie die Tabelle (M2) und stellen Sie drei Thesen zu der hier dargestellten Preisentwicklung auf.
- Bestimmen Sie, welche Kurve (M3) das Angebot und welche die Nachfrage nach Apfelkisten zeigt. Ordnen Sie die beiden Kurven anhand der Umfrageergebnisse aus M2 passend zu.
- Die angebotene und nachgefragte Menge an Apfelkisten ist bei einem Preis von 6 Euro gleich (Schnittpunkt der beiden Kurven). Der Markt befindet sich im Gleichgewicht. Deshalb bezeichnet man diesen Preis auch als Gleichgewichtspreis.
Erklären Sie, wie es zu diesem Marktgleichgewicht kommt. Berücksichtigen Sie dabei das Verhalten der Anbieter und Nachfrager auf dem Markt, wenn die Preise über oder unter dem Gleichgewichtspreis liegen.

M4 Die Gemeinde Neustadt – ein Beispiel



In der Gemeinde Neustadt mit 20.000 Einwohnern lassen sich hinsichtlich ihrer Nachfrage nach Frühstückgebäck vier verschiedene Haushaltstypen unterscheiden, die je nach Höhe des Preises unterschiedlich bereit sind, das Gebäck zu kaufen. Vier Bäcker beliefern die Verbraucher in Neustadt mit Gebäck.

Folgende Bäcker sind bereit, bei unterschiedlichen Preisen wöchentlich folgende Mengen anzubieten:

Preis (Euro)	Bäckerei „Ofenwarm“	Bäckerin Lisa	Bäcker Max	Bäckerei „Brotzeit“	Gesamtes Angebot (Stück)
1	16.000	3.000	3.000	3.000	27.000
0,80	16.000	5.000	3.000	0	
0,60	16.000	3.000	2.000	0	
0,40	16.000	2.000	0	0	
0,20	15.000	0	0	0	
0,05	0	0	0	0	

Die wöchentliche Nachfrage nach Gebäck in der Gemeinde Neustadt:

Preis (Euro)	Haushalt 1	Haushalt 2	Haushalt 3	Haushalt 4	Gesamte Nachfrage (Stück)
1	1.000	4.000	8.200	2.800	
0,80	1.800	4.400	9.000	2.800	18.000
0,60	2.800	5.400	10.000	2.800	
0,40	3.200	7.000	11.000	2.800	
0,20	4.200	9.000	11.000	2.800	

AUFGABE

- Berechnen Sie das Gesamtangebot und die Gesamtnachfrage für jeden angegebenen Preis. Tragen Sie Ihre Ergebnisse in die Tabellen ein (M4).
- Ermitteln Sie grafisch die Nachfrage- und Angebotskurve und bestimmen Sie den Gleichgewichtspreis und die Gleichgewichtsmenge.
- Führen Sie mögliche Gründe an, warum Bäckerei „Ofenwarm“ zu fast jedem Preis große Mengen anbieten kann, Bäckerei Brotzeit hingegen nur zum Preis von 1 Euro.

M5 Preiselastizität der Nachfrage

Angenommen der Besitzer eines Kiosks erhöht den Preis für eine Tageszeitung von 10 GE (Geldeinheiten) auf 13 GE. Nun stellt er fest, dass plötzlich nur noch 50 statt 200 Leser die Zeitung kaufen wollen.

5 Ein Maß für diese Reaktion der Nachfrage auf eine Preisveränderung ist die Preiselastizität.

Um die Preiselastizität der Nachfrage zu berechnen, teilt man die relative Mengenänderung eines Gutes durch die relative Preisänderung bei diesem Gut (in

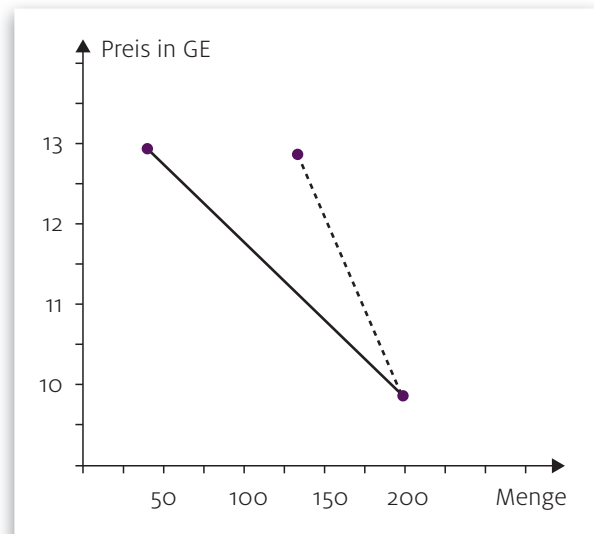
10 Prozent). In diesem Beispiel beträgt die Preisänderung 3 GE. Die relative Preisänderung liegt also bei 30%. Da der Kioskbesitzer aber 150 Zeitungen weniger verkauft hat, entspricht das einer relativen Mengenänderung von 75%. Dividiert man 75% durch

15 30%, liegt die Preiselastizität bei 2,5.

Die Nachfrage ist elastisch, wenn der berechnete Wert der Preiselastizität größer als 1 ist. Das zeigt eine starke Reaktion der Nachfrage auf die Preisänderung an, was man beispielsweise bei Luxusgütern

20 beobachten kann.

Die Nachfrage ist unelastisch, wenn der Wert der Preiselastizität kleiner als 1 ist. Eine schwache Re-



aktion der Nachfrager auf Preisveränderungen zeigt sich insbesondere bei lebensnotwendigen Gütern wie Brot oder Wasser.

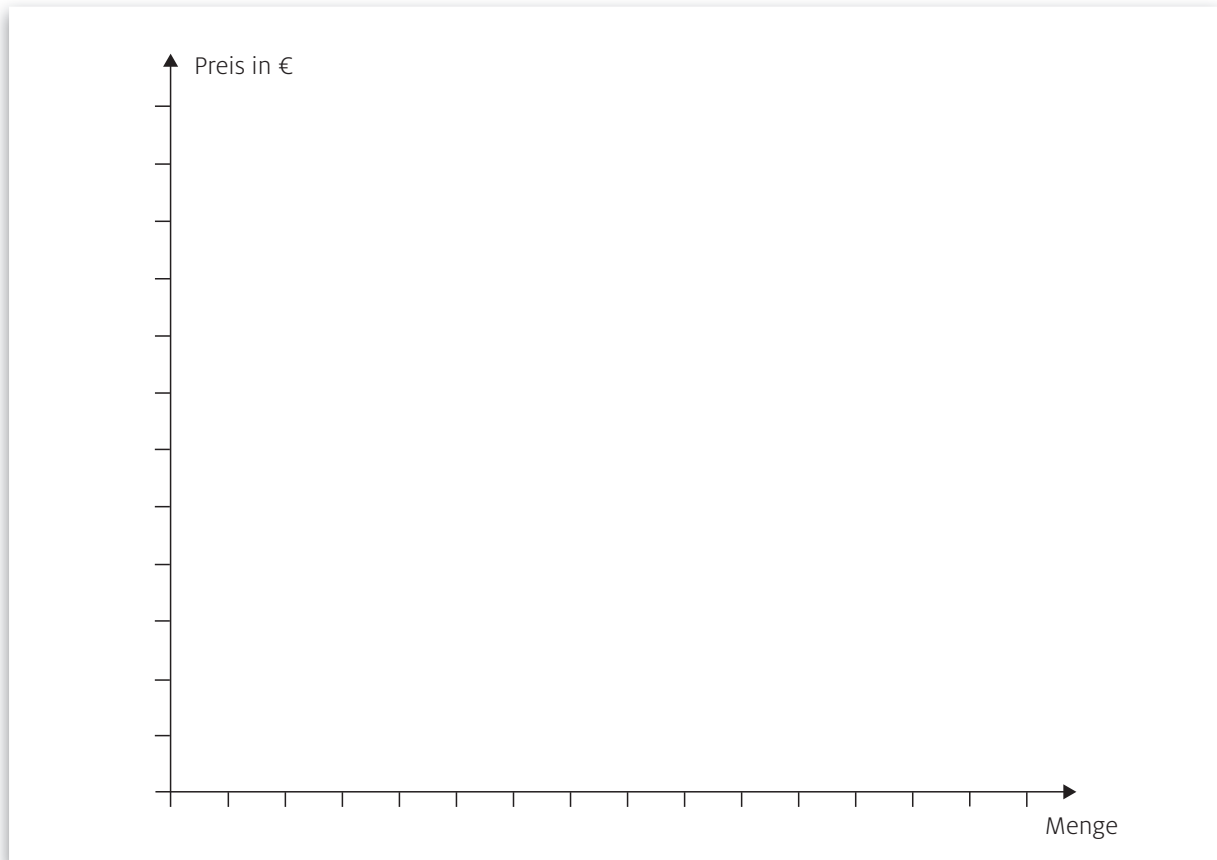
25

Wenn die Nachfrage unverändert bleibt und gar nicht auf die Preiserhöhung reagiert, ist die Nachfrage völlig unelastisch. Der Wert der Preiselastizität ist dann gleich null.

AUFGABE

5. a) Erklären Sie den Begriff „Preiselastizität“ mithilfe von M5 und anhand eines selbst gewählten Beispiels.

Arbeitsblatt: Preiselastizität am Beispiel



Die Benzinpreise steigen – die Deutschen bleiben aber ihrem Auto treu!



© dpa Picture Alliance / Bildagentur-online / Patrick Pleul

REKORDZAHLEN BEI FLIXBUS – Flixbus profitiert von Preiserhöhung bei der Bahn



© dpa Picture Alliance / Bildagentur-online / Patrick Seeger

AUFGABE

5. b) Leiten Sie aus den Zeitungsschlagzeilen für die Güter „Benzin“ und „Bahntickets“ jeweils eine passende Nachfragekurve ab und zeichnen Sie diese in dem Arbeitsblatt ein.