

Selbst aus einem Papagei kann man einen gelehrten Nationalökonom machen; er muss nur die beiden Worte „Angebot“ und „Nachfrage“ beherrschen

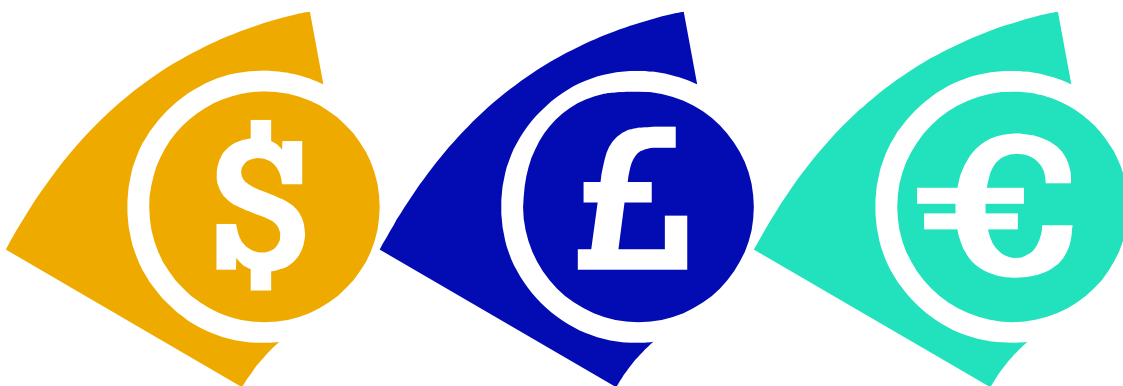
2. Markt und Preis

➤ Begriff Markt

- Unter **Markt** versteht man das Zusammentreffen von Angebot und Nachfrage
- Die **Nachfrage** ist die Gesamtheit aller mit Kaufkraft ausgestatteten Kaufwünsche der Wirtschaftssubjekte
- Das **Angebot** ist die Gesamtheit aller Verkaufswünsche der Wirtschaftssubjekte

➤ Begriff Preis

- der in Geldeinheiten ausgedrückte Tauschwert eines Gutes
- bildet sich aus dem Kräftespiel von Angebot und Nachfrage am Markt



2.1. Kategorien und Funktion des Marktes

2.1.1. Kategorien des Marktes

2.1.1.1. vollkommener Markt (idealer Markt)

- *Homogenität der Güter (1 Gut = 1 Qualität)*
 - Ein bestimmter Preis ist einem Gut eindeutig zuzuordnen
 - Alle Güter sind sachlich gleichartig, in Bezug auf Qualität, Design und Verpackung
- *Fehlen von Präferenzen räumlicher, persönlicher und zeitlicher Art (freie [polypolistische] Konkurrenz)*
 - Persönlich = Freundschaften, bestehende Geschäftsverbindungen
 - Räumlich = Standortvorteile, Logistische Vorteile, Infrastrukturelle Vorteile
 - Zeitliche = Lieferfristen, Zeit der Transportwege (*Momentaufnahme vom Markt = Zeitpunkt*)
- *Vollständige Markttransparenz (vollständiger Informationsaustausch)*
 - Anbieter und Nachfrager haben die absolute Übersicht über den Markt
 - A. & N. haben alle Informationen hinsichtlich:
 - Preise
 - Rabatte
 - Qualität
 - Lieferungs- und Zahlungsbedingungen

(Beispiel: Wochenmarkt)

- *Unendliche schnelle Reaktion der Marktteilnehmer*
 - Anbieter und Nachfrager erhalten alle Informationen über den Markt zeitgleich

(Idealtyp Börse)

2.1.1.2. unvollkommener Markt

- Keine Bedingung des vollkommenen Marktes trifft zu

2.3. Modellcharakter des idealtypischen (vollkommenen) Marktes

siehe Folie

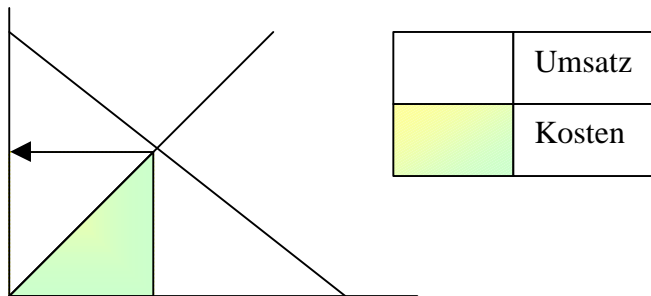
Renten:

Sind Abweichungen der ursprünglichen Preisvorstellung der einzelnen Anbieter und Nachfrager vom tatsächlichen Marktpreis.

Tafelbild:

Produzentenrente:

Bsp.: ein Anbieter ist in der Lage ein Gut für 3,50 € herzustellen und der Marktpreis stellt sich auf 5 € ein, **erzielte Produzentenrente 1,50 €**



Konsumentenrente:

Nachfrager erzielt Konsumentenrente, wenn er unverhofft eine Ersparnis erzielt, sprich das Gut zu einem günstigeren Preis erwirbt.

Marktdynamik:

Die Renten und die Reaktion der Wirtschaftssubjekte auf die Renten sind die Ursache der Marktpreisbildung, man spricht von der **Marktdynamik**.

Folgen der Marktdynamik

- Marktpreisbildung
- Markträumung [durch den Gleichgewichtspreis = Gleichgewichtspunkt (E)] = d.h. die zu diesem Preis angebotene Gütermenge wird restlos gekauft
- Rentenbildung

- Preise und Renten sind Orientierung für die „nächste Runde“, (neues agieren am Markt mit den neuen Informationen
 - **Allokation** (Lenkung und Verteilung der Produktionsfaktoren
 - zunächst Kapitalwanderung in Bereiche mit hoher Produzentenrente
 - Effizienzverbesserung
 - mehr Nachfrager partizipieren am Markt
 - größere Menge wird umgesetzt
 - Innovationsförderung.

Zahl der Anbieter	Zahl der Nachfrager	Marktform
viele	viele	Vollständige Konkurrenz (Polypol, atomistische Konkurrenz)
wenige	wenige	Zweiseitiges Oligopol
einer	einer	Zweiseitiges Monopol
wenige	viele	Angebotsoligopol
viele	wenige	Nachfrageoligopol
einer	viele	Angebotsmonopol
viele	einer	Nachfragemonopol
einer	wenige	Beschränktes Angebotsmonopol
wenige	einer	Beschränktes Nachfragemonopol

1. Wie ist das Verhältnis zwischen der Zahl der Marktteilnehmer und der entsprechenden Marktmacht?

Je geringer die Zahl der Marktteilnehmer ist, desto ...[1]... ist die Marktmacht der einzelnen Marktteilnehmer.

Die **größte Marktmacht** besteht in der Marktform des ...[2]...; über **keinerlei Marktmacht** verfügen die Anbieter und Nachfrager in der Marktform des ...[3]....

2. Wie ist das Verhältnis zwischen der Zahl der Marktteilnehmer und der Möglichkeiten zur Preisbeeinflussung?

Je geringer die Zahl der Marktteilnehmer ist, desto ...[4]... ist die Möglichkeit zur Preisbeeinflussung auf dem Markt und umgekehrt.

3. Wie ist das Verhältnis zwischen der Zahl der Marktteilnehmer und der Stärke (Intensität) des auf dem Markt herrschenden Wettbewerbs?

Je geringer die Zahl der Marktteilnehmer ist, desto ...[5]... ist 'der auf diesem Markt herrschende Wettbewerb.

Keinerlei Marktform gibt es bei der Marktform des zweiseitigen ...[6]...; vollständigen Wettbewerb hingegen gibt es bei der Marktform des ...[7]....