

## 1 Grundlagen



### Markt

- = Ort des Zusammentreffens von Angebot & Nachfrage
- = Ort der Preisbildung



### Marktarten:

a) nach Art der gehandelten Güter

- **Gütermärkte** (Produktions- /Investitionsgütermarkt; Konsumgütermarkt)
- **Faktormärkte** (Arbeitsmarkt; Immobilienmarkt; Kapitalmarkt)

b) nach Anzahl der Marktteilnehmer

- **Monopol** (1 Anbieter, viele Nachfrager)
- **Oligopol** (wenige Anbieter, viele Nachfrager)
- **Polypol** (viele Anbieter, viele Nachfrager)

|          |        | NACHFRAGER                                     |   |                      |
|----------|--------|--|---|----------------------|
|          |        | einer  | wenige  | viele                |
| ANBIETER | einer  | zweiseitiges Monopol                           | Angebotsmonopol mit oligopolistischer Nachfrage | Angebotsmonopol      |
|          | wenige | Nachfragemonopol mit oligopolistischem Angebot | zweiseitiger Oligopol                           | Angebotsoligopol     |
|          | viele  | Nachfragemonopol                               | Nachfrageoligopol                               | zweiseitiges Polypol |

Schema der Marktarten

c) nach staatlicher Beeinflussung

- freie Märkte
- regulierte Märkte

d) nach dem Marktzutritt

- offene Märkte
- geschlossene Märkte (Börse)

e) nach Raum und Zeit

- zentralisierter Markt
- dezentralisierter Markt

## Marktformen:

### **vollkommene Markt (Marktmodell)**

Bedingungen:

1. Homogenität der Güter (alle Güter sind gleich)
2. Kunde hat keine Präferenzen (Vorlieben)
3. vollständige Markttransparenz
4. unendlich schnelle Reaktionsgeschwindigkeit

-> Folge: *Einheitspreise auf dem Markt*

### **unvollkommene Markt (Realität)**

- mind. 1 Bedingung des vollkommenen Marktes ist nicht erfüllt

## 1 Bestimmungsfaktoren der Nachfrage

**Ziel:** Nutzungsvermaximierung

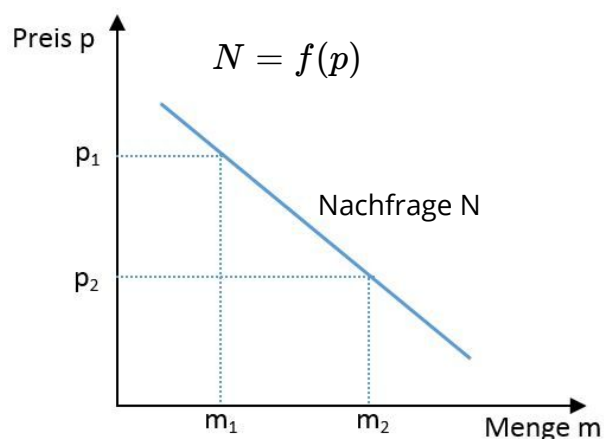
- ① Dringlichkeit der Bedürfnisbefriedigung  
Je dringender ein Bedürfnis befriedigt werden soll, desto höher ist der Preis, den man zu zahlen bereit ist.



### **1. Gossensche Gesetz (=Sättigungsgesetz)**

Der Nutzen eines Gutes nimmt mit zunehmender Befriedigung ab, bis die Sättigung erreicht ist.

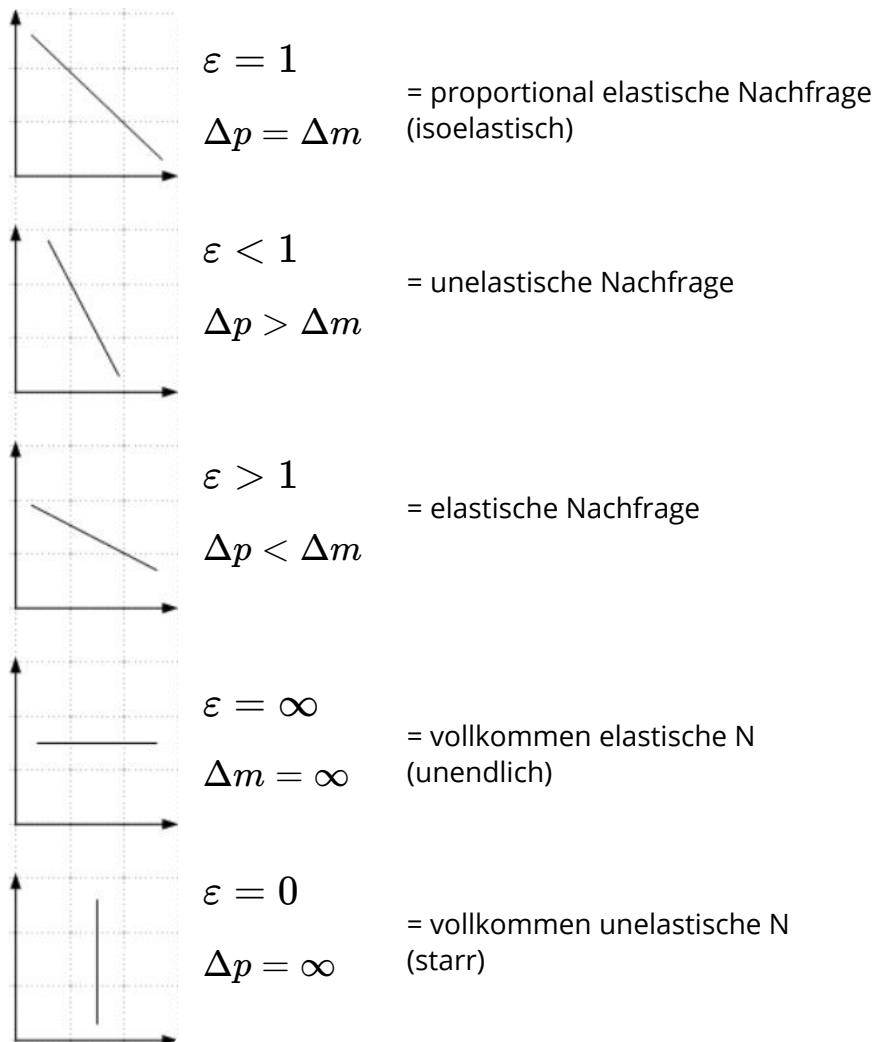
- ② Höhe des verfügbaren Einkommens  
Einkommen nach Abzug von Steuern und Sozialversicherungen
- ③ Preis des Gutes  
**Je höher der Preis des Gutes, desto niedriger die nachgefragte Menge!**



Messung der Reaktion von N auf Preisänderungen

-> **Elastizität der Nachfrage**

$$\varepsilon = \frac{\text{prozentuale Mengenänderung}}{\text{prozentuale Preisänderung}} = \frac{\Delta m}{\Delta p}$$



④ Preis anderer Güter

• **Komplementärgüter**

steigt der Preis von Gut A, sinkt die Menge vom Komplementärgut B  
Kreuzpreiselastizität ist negativ

• **Substitutionsgüter**

steigt der Preis von Gut A, steigt die Menge vom Substitutionsgut B  
Kreuzpreiselastizität ist positiv

• **Indifferente Güte**

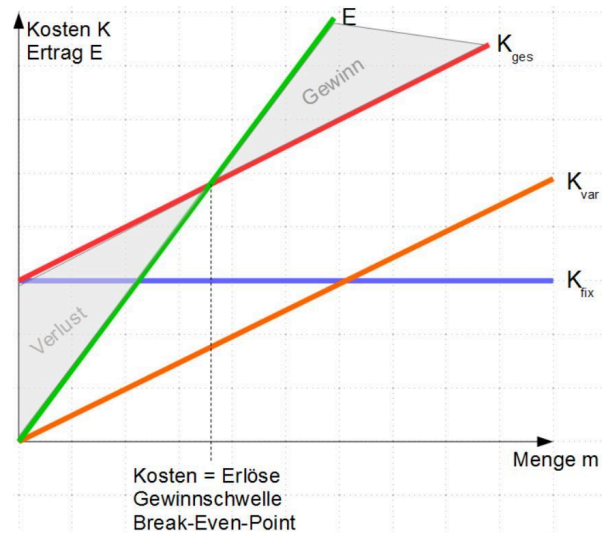
ändert sich der Preis von Gut A, bleibt die Menge vom Indifferenten Gut B konstant  
Kreuzpreiselastizität beträgt Null

## 1 Bestimmungsfaktoren des Angebots

**Ziel:** Gewinnmaximierung

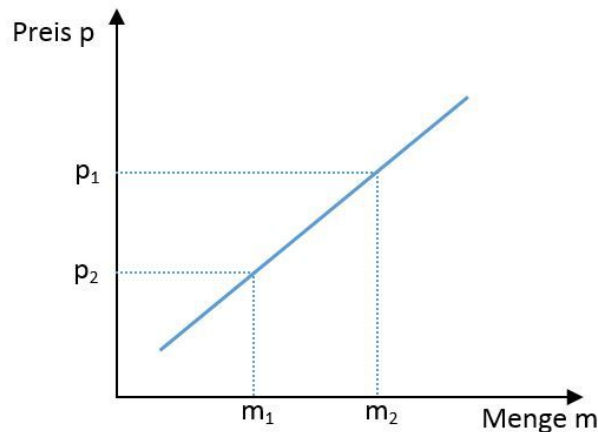
### ① Kostenfaktor (der Produktionsfaktoren)

- variable Kosten ( $K_{var}$ )
- fixe Kosten ( $K_{fix}$ )
- $K_{gesamt} = K_{fix} + K_{variabel}$
- An Produktionskapazitätsgrenze wird Gewinnmaximum erreicht  
-> Gesetz der Massenproduktion



### ② auf dem Markt erzielbare Preis für ein Gut

**Je höher der Preis auf dem Markt, desto größer die angebotene Menge!**



**Elastizität des Angebots**

$$\varepsilon = \frac{\text{prozentuale Mengenänderung}}{\text{prozentuale Preisänderung}} = \frac{\Delta m}{\Delta p}$$



$$\varepsilon = 1 \quad \Delta p = \Delta m$$

= proportional elastisches Angebot



$$\varepsilon < 1 \quad \Delta p < \Delta m$$

= unelastisches Angebot



$$\varepsilon > 1 \quad \Delta p > \Delta m$$

= elastisches Angebot

## ③ Preis anderer Güter

• **Komplementärgüter**

steigt der Preis für Gut A, so sinkt das Angebot des Komplementärgutes B  
Kreuzpreiselastizität negativ

• **Substitutionsgüter**

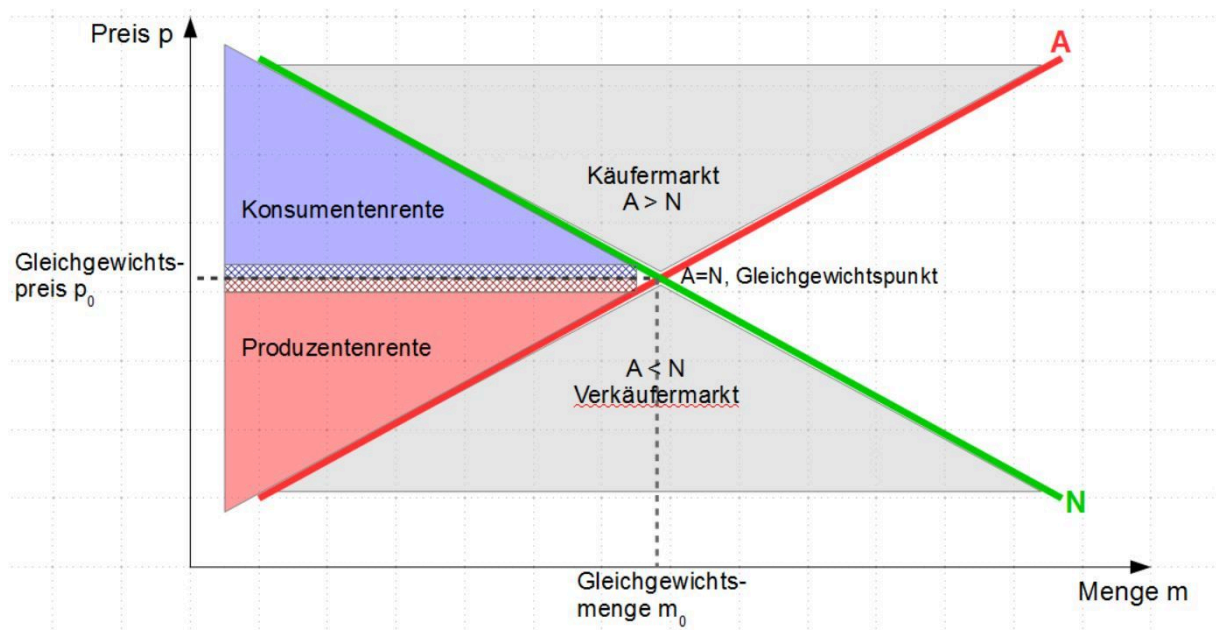
steigt der Preis für Gut A, so steigt das Angebot für das Substitutionsgut B  
Kreuzpreiselastizität positiv

## ④ Marktposition des Anbieters

- Monopol
- Oligopol
- Polypol

## 1 Preisbildung beim vollkommenen Markt

Angebot A und Nachfrage N treffen beim vollkommenen Markt aufeinander und überschneiden sich:



$A > N$ : Käufermarkt = Angebotsüberhang, Nachfragerlücke

$A < N$ : Verkäufermarkt = Nachfrageüberhang, Angebotslücke

$A = N$ : Gleichgewichtspunkt mit Gleichgewichtsmenge  $m_0$  und Gleichgewichtspreis  $p_0$

-> Menge und Preis, welche am Markt umgesetzt werden

blau schraffiert: Grenznachfrager

rot schraffiert: Grenzanbieter

## 1 Preismechanismus

### Preis fällt:

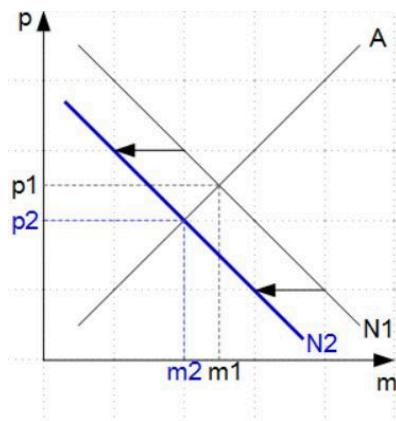
- **bei sinkender Nachfrage**
- **bei steigendem Angebot**
- bei sinkenden Herstellungskosten
- bei Verderblichkeit, Moderscheinung
- bei (starker) Konkurrenz

### sinkende Nachfrage

N verschiebt sich nach links

Preis sinkt, Menge sinkt

Umsätze fallen

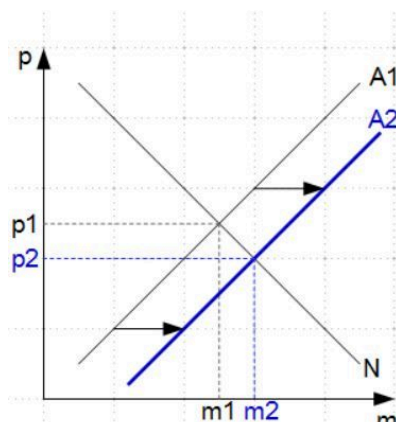


### steigendes Angebot

A verschiebt sich nach rechts

Preis sinkt, Menge steigt

Umsätze ändern sich je nach Verhältnis



### Preis steigt:

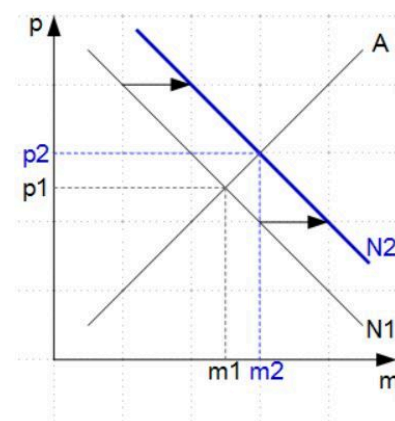
- **bei steigender Nachfrage**
- **bei sinkendem Angebot**
- bei staatlichen Einflüssen (Steuern)
- bei steigenden Herstellungskosten
- bei fehlender/ schwacher Konkurrenz

### steigende Nachfrage

N verschiebt sich nach rechts

Preis steigt, Menge steigt

Umsätze erhöhen sich

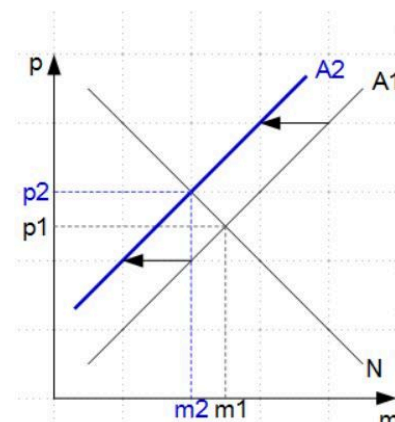


### sinkendes Angebot

A verschiebt sich nach links

Preis steigt, Menge sinkt

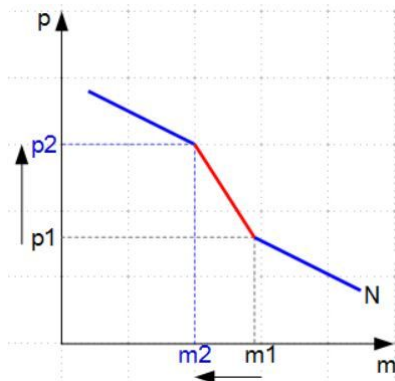
Umsätze ändern sich je nach Verhältnis



## 1 Preisbildung beim unvollkommenen Markt

### ① Polypol

Anbieter versucht durch Ansprechen der persönlichen Präferenzen und durch Produktdifferenzierung sich einen Absatzbereich zu schaffen, in dem er sich fast wie ein Monopolist verhalten kann.



$\Delta m > \Delta p$  = elastische Nachfrage

$\Delta m < \Delta p$  = unelastische Nachfrage, innerhalb bestimmter Preisgrenze (=Bereich geringer Elastizität)

### ② Oligopol

nur begrenzte Anzahl an Mitbewerbern

Oligopolist muss nicht nur seine Preise entsprechen Angebot und Nachfrage bilden, sondern auch im Hinblick auf das Verhalten der Konkurrenz:

- **passive Preispolitik** (Unternehmer reagiert -> Marktfolger)
- **aktive Preispolitik** (Unternehmer agiert -> Marktführer)

- **Marktverdrängungspolitik:** Versuch durch Verzicht auf Gewinn die Mitbewerber vom Markt zu drängen. Gefahr: eigener Ruin!

-> **ruinöser Wettbewerb -> Wettbewerbsrecht beachten!**

- **Parallelverhalten:** „Schlafmützenkonkurrenz“

Preisabsprachen (!Verbot von Kartellen!); Wettbewerbsrecht beachten; relative Preisstarrheit

### ③ Monopol

Monopolist kann Preis oder angebotene Menge frei festlegen

Probleme:

- Aufkommen von Substitutionskonkurrenz
- Kartellbehörde/ staatliche Eingriffe
- Zwang des Monopolisten zur Kapazitätsauslastung verhindert künstliche Verknappung der angebotenen Menge