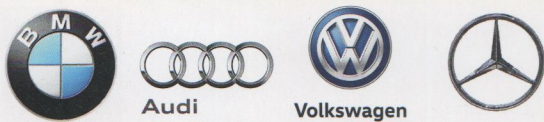


Arbeitsteil

- 1 Erklären Sie den Begriff „Markt“.
- 2 Zeigen Sie am Beispiel des Fahrradmarktes, wie Märkte räumlich, sachlich und funktional gegliedert werden können.
- 3 Um welche Märkte (Marktarten) handelt es sich bei den folgenden Beispielen?
 - a) Ein Tourist benötigt für seinen Urlaub ausländisches Geld.
 - b) Frau Weller erhält im Haarstudio Löckle eine neue Dauerwelle.
 - c) Für Investitionen möchte eine Unternehmung einen langfristigen Kredit aufnehmen.
 - d) Das Modehaus Schicki stellt seine neue Sommerkollektion vor.
- 4 Nennen Sie zwei nichtorganisierte Märkte.



- 5 a) Welche Marktform liegt bei den oben stehenden Abbildungen vor?
 - b) Nennen Sie zwei weitere Beispiele für diese Marktform.
 - c) Begründen Sie anhand von zwei Beispielen, dass man beim Automarkt von einer eingeschränkten Konkurrenz sprechen kann.
- 6 Nennen Sie das wesentliche Merkmal eines
 - a) Angebotsmonopols und geben Sie zwei Beispiele.
 - b) Polypols und nennen Sie ebenfalls zusätzlich zwei Beispiele.
- 7 Welche Gefahren können durch Monopole und Oligopole für die Verbraucher entstehen?
- 8 a) Kann der Monopolist die Preise beliebig festsetzen? Begründen Sie.
 - b) Überlegen Sie, weshalb sich der Staat in manchen Bereichen ein Monopol vorbehält.
- 9 An der Stuttgarter Aktienbörse werden täglich die Aktienkurse ermittelt. Für den heutigen Börsentag liegen die nebenstehenden Aufträge vor.
 - a) Stellen Sie den Verlauf von Angebot und Nachfrage in einem Koordinatensystem dar. Verwenden Sie folgenden Maßstab: x-Achse: 500 Stück = 1 cm, y-Achse: 5 € = 1 cm.
 - b) Ermitteln Sie den Gleichgewichtspreis und die Gleichgewichtsmenge.

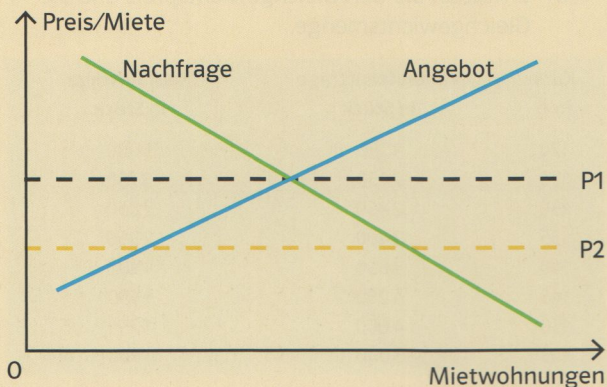
Kurs in €	Verkaufsaufträge in Stück	Kaufaufträge in Stück
120	1150	5000
125	2150	3750
130	2850	2850
135	3400	2350
140	3850	1900
145	4250	1550
150	4600	1250
155	5000	900

- c) Erläutern Sie, was man unter dem Gleichgewichtspreis versteht.
 - d) Beschreiben Sie die Marktsituation bei einem Preis von 145 €.
 - e) Welcher Zusammenhang besteht zwischen dem Preis und der Höhe von Angebot und Nachfrage?
- 10 In der sozialen Marktwirtschaft kann der Staat auf einem Gütermarkt die freie Preisbildung beeinflussen. Nennen Sie drei Möglichkeiten.
- 11 a) Wen will der Staat durch die Festsetzung von Mindestpreisen schützen?
 - b) Wen will der Staat durch die Festsetzung von Höchstpreisen schützen?
- 12 Welche Vorteile und welche Nachteile sehen Sie in der Einführung von Mindestpreisen?

Weitere Fragen auf S. 192.

13 Die folgende Abbildung zeigt die Preisbildung auf dem Wohnungsmarkt eines Landes.

- Begründen Sie, welcher Preis in der nachfolgenden Abbildung bei P1 und welcher bei P2 vorliegt.
- Erläutern Sie, wie der Preis P2 sich auf dem Markt auswirkt und welche Folgen sich daraus ergeben.



Preiskampf im Lebensmittelhandel verschärft sich erneut

Die Schlacht um die Preishoheit bei Markenartikeln zwischen Aldi und Lidl geht mit unverminderter Härte in eine neue Runde. Senkt Aldi seinen billigen Preis, unterbietet Lidl – oder umgekehrt. Edeka, Rewe, Penny, Netto, Kaufland und Norma ziehen nach. Bauer-Joghurt für 17 Cent, die 1,25-Liter-Flasche Cola für 77 Cent, die Wagner-Pizza für 1,44 Euro – der Preisrutsch hat die gesamte Branche erfasst. Ein Ende scheint nicht absehbar.

Autorentext nach „Der Preiskampf im Lebensmittelhandel flammt wieder auf“ (dpa-Meldung vom 11.03.2019)

- 14** a) Für welche Marktform sind Preiskriege, wie sie dieser Zeitungsausschnitt schildert, typisch?
- b) Welches Ziel versuchen die Anbieter durch derartige Preisnachlässe zu erreichen?
- c) Hat dieses Verhalten der Anbieter nur Vorteile für die Verbraucher oder sehen Sie auch Gefahren darin?
- d) Neben einem Preiskrieg sind für diese Marktform bei der Preisbildung noch andere Verhaltensweisen der Anbieter typisch. Beschreiben Sie diese.

15 Beim Polypol (vollständige Konkurrenz) versuchen die Hersteller eines gleichartigen Gutes häufig, die Marktübersicht der Verbraucher zu beeinträchtigen.

- Weshalb sind Hersteller an dieser Situation interessiert?
- Wie können solche Versuche erfolgen?
- Nennen Sie Beispiele für solche Märkte.

16 In unserer sozialen Marktwirtschaft richtet sich der Preis nicht immer nach Angebot und Nachfrage. Suchen Sie hierzu zwei Beispiele und begründen Sie Ihre Überlegungen.