

SCHOOL-SCOUT.DE

Unterrichtsmaterialien in digitaler und in gedruckter Form

Auszug aus:

Angebot und Nachfrage - Wie entstehen Preise?

Das komplette Material finden Sie hier:

[School-Scout.de](https://www.school-scout.de)



IL46

Wirtschaft

Angebot und Nachfrage – Wie entstehen Preise?

Nach einer Idee von Achim Selinger



Wie haben die Wochenspieler und Mitschreiberinnen gemeint? Es sind Märkte, auf denen Angebot und Nachfrage zusammenkommen und sich Preis bilden. Während Konsumentinnen und Konsumenten an einem möglichst niedrigen Preis interessiert sind, versuchen Verkäuferinnen und Verkäufer einen möglichst hohen Preis zu erzielen, um ihre Kosten zu decken und Gewinn zu erwirtschaften. In dieser Unterrichtsvorbereitung werden sich die Schülerinnen und Schüler mit Marktmechanismen und den drei wichtigsten Marktformen auseinandersetzen.

KOMPETENZPROFIL

Klassenstufe:	7/8
Dauer:	6 Unterrichtsstunden
Komplexität:	Grundlagen des Marktes verstehen, die Marktformen Monopol, Oligopol und Vollständige Konkurrenz und sich mit deren Vor- und Nachteilen auseinandersetzen, die Auswirkungen von verschiedenen Marktformen, den Gleichgewichtspreisen erörtern
Thematische Bereiche:	Angebot und Nachfrage, Markt, Marktmechanismen, vollkommenen Markt, Marktgleichgewicht, Preisbildung
Medien:	Text, Diagramme, Bilder, Videos

II.46

Wirtschaft

Angebot und Nachfrage – Wie entstehen Preise?

Nach einer Idee von Achim Seizinger



© RAABE 2023

© DragonImages/iStock/Getty Images Plus

Was haben der Wochenmarkt und Kleinanzeigen gemeinsam? Es sind Märkte, auf denen Angebot und Nachfrage zusammenkommen und sich Preise bilden. Während Konsumentinnen und Konsumenten an einem möglichst niedrigen Preis interessiert sind, möchten Verkäuferinnen und Verkäufer einen möglichst hohen Preis erzielen, um ihre Kosten zu decken und Gewinn zu erwirtschaften. In dieser Unterrichtseinheit setzen sich die Schülerinnen und Schüler mit Marktmechanismen und den drei wichtigsten Marktformen auseinander.

KOMPETENZPROFIL

Klassenstufe:	7/8
Dauer:	6 Unterrichtsstunden
Kompetenzen:	Grundlagen des Marktes verstehen; die Marktformen Monopol, Oligopol und Polypol kennen und sich mit deren Vor- und Nachteilen auseinandersetzen; Merkmale eines vollkommenen Marktes kennen; den Gleichgewichtspreis errechnen
Thematische Bereiche:	Angebot und Nachfrage, Markt, Marktformen, vollkommener Markt, Marktgleichgewicht, Preisbildung
Medien:	Texte, Diagramme, Bilder, Videos

Fachliche Hinweise

Warum behandeln wir das Thema?

Schülerinnen und Schüler sind schon von klein auf Konsumierende und deshalb auch Marktteilnehmende. Damit sie auch als Konsumentinnen und Konsumenten bewusst handeln, ist es wichtig, dass sie die Bedingungen kennen, die auf einem Markt herrschen. Die vorliegende Unterrichtseinheit dient als Einstieg in die Wirtschaftslehre und ermöglicht es den Lernenden anhand von Alltagsbeispielen, die Zusammenhänge auf dem Markt zu verstehen.

Was ist ein Markt?

Ein Markt umschreibt das Zusammentreffen von Angebot und Nachfrage. Er ist überall dort gegeben, wo ein Anbieter mit einem Verkaufsangebot auf einen Nachfrager mit einer Kaufnachfrage trifft. Sofern die Preisbildung den beiderseitigen Vorstellungen entspricht, werden sie gegebenenfalls ihre Verkaufs- und Kaufabsichten in einem Kaufvertrag verwirklichen. Sinn und Zweck des Zustandekommens eines Marktes ist es, arbeitsteilig produzierte Güter auszutauschen.

Im Zusammenhang mit der Preisbildung lassen sich Märkte auch nach der Anzahl der Anbietenden und Nachfragenden unterscheiden: den Marktformen. Die drei grundlegenden Marktformen bilden das Monopol, das Oligopol und das Polypol.

Was ist ein Monopol?

Die sicherlich bekannteste Marktform ist zugleich die seltenste: das Monopol (griechisch für „Alleinhandel“). Das Angebotsmonopol ist die häufigste und bekannteste Form. Hier steht ein einziger Anbietender eines bestimmten Gutes vielen Nachfragenden gegenüber. In der Vergangenheit war der deutsche Markt für Briefe (Deutsche Post) und Telekommunikation (Deutsche Telekom) monopolisiert. Heute besteht etwa noch das staatliche Lotteriemonopol.

Monopole und insbesondere Angebotsmonopole haben schwerwiegende Folgen für den Markt. Da große Marktanteile auf nur einen Anbietenden oder Nachfragenden entfallen, hat der Betreffende große Marktmacht. Er kann Preise und Mengen eines Gutes definieren und seine Gewinnmöglichkeiten dadurch maximal zulasten der Kundschaft steigern. Darunter leidet der Wettbewerb.

Was ist ein Oligopol?

Ein Oligopol (griechisch für „Handel der Wenigen“) kann drei verschiedene Formen annehmen. Bei einem Angebotsoligopol – der bekanntesten Form – stehen wenige Anbietende eines Gutes vielen Nachfragenden gegenüber. Dies ist etwa auf dem deutschen Strommarkt faktisch nach wie vor der Fall, da sich vier große Stromkonzerne rund 80 % des Strommarktes aufteilen. Bei einem Nachfrageoligopol (Oligopson) stehen umgekehrt viele Anbietende wenigen Nachfragenden gegenüber. Das klassische Beispiel ist der deutsche Milchmarkt, wo viele Landwirte wenigen Großmolkereien Milch verkaufen. Die dritte Form ist das beidseitige Oligopol, also ein Markt mit wenigen Anbietenden und wenigen Nachfragenden. Es gibt dafür indes nur wenige Beispiele, weil die Marktform sehr selten ist.

Oligopole zeichnen sich vor allem durch die im Vergleich zum Polypol deutlich größere Marktmacht einzelner Anbietender und/oder Nachfragender aus. So bestimmen etwa bei einem Angebotsoligopol wenige Unternehmen den Markt für ein Produkt, was eine starke gegenseitige Abhängigkeit schafft. Senkt zum Beispiel eine der Firmen ihre Preise, müssen die anderen nachziehen, damit die Kundschaft nicht zum Anbietenden mit den niedrigsten Preisen wechselt.

Was ist ein Polypol?

Das Polypol (griechisch für „Handel durch Viele“) gilt als die ideale Form des Marktes. Es zeichnet sich dadurch aus, dass viele Anbietende vielen Nachfragenden gegenüberstehen. Man spricht bei Polypolen daher auch von einem Markt mit vollständiger Konkurrenz. Beide Seiten genießen dadurch eine große Auswahl ihrer jeweiligen Geschäftskontakte. Weder ein einzelnes Unternehmen noch einzelne Kunden oder Kundinnen genießen überproportionale Marktanteile. Dementsprechend ist die Marktmacht unter Anbietenden wie Abnehmenden gleichmäßig verteilt. Die Preise bilden sich daher klassisch anhand von Angebot und Nachfrage. Polypole treten insbesondere bei Gütern des täglichen Bedarfs und/oder bei Gütern, die niedrigherschwellig herzustellen sind, auf. So sind etwa die auf Wochenmärkten oder in Supermärkten gehandelten Lebensmittel in der Regel polypolistischen Märkten zuzuordnen. Auch Kosmetikprodukte, Handwerkerleistungen und viele Dienstleistungen (etwa Friseur- oder Arztbesuche) werden meist auf polypolistischen Märkten gehandelt.

Was ist ein vollkommener Markt?

Der vollkommene Markt ist in der Volkswirtschaftslehre ein theoretisches Modell eines homogenen Marktes. Dabei wird davon ausgegangen, dass alle Anbietenden und Nachfragenden nur nach ökonomischen Grundsätzen handeln und folgende Bedingungen erfüllt sein müssen:

- Alle Güter sind von gleicher Qualität und gleich ausgestattet: Sie sind homogen.
- Die Konsumentinnen und Konsumenten treffen ausschließlich rationale Kaufentscheidungen. 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.
- Alle Güter sind für jeden Marktteilnehmer gleichermaßen zugänglich. Es gibt also keine räumlichen oder zeitlichen Präferenzen.

Ist nur eine der Bedingungen nicht erfüllt, spricht man von einem „unvollkommenen Markt“.

Didaktisch-methodische Hinweise

Welches Ziel verfolgt die Unterrichtseinheit?

In dieser Unterrichtseinheit lernen die Schülerinnen und Schüler die Grundlagen des Marktes und die wichtigsten Marktmechanismen kennen. Sie verstehen, wie Preise zustande kommen und können Interessenkonstellationen zwischen Anbietenden und Nachfragenden beurteilen.

Wie ist die Unterrichtseinheit aufgebaut?

Zu Beginn der Unterrichtseinheit erarbeiten die Schülerinnen und Schüler eine Definition des Marktes und setzen sich mit den Faktoren auseinander, die sich auf die Preisgestaltung auswirken.

Anschließend erarbeiten sie anhand von Beispielen aus dem Alltag Marktformen und analysieren deren Vor- und Nachteile für Nachfragende und Anbietende.

Im letzten Teil der Einheit setzen sie sich mit den Merkmalen des vollkommenen Marktes auseinander und berechnen den Gleichgewichtspreis auf einem fiktiven Markt.

Hinweise zur Differenzierung

M 2 und M 6c liegen auf zwei Niveaus vor. Lernschwächere Schülerinnen und Schüler erhalten Lösungshilfen. Lernstärkere bekommen eine Zusatzaufgabe.



Erklärung zu den Symbolen

	Dieses Symbol markiert differenziertes Material. Wenn nicht anders ausgewiesen, befinden sich die Materialien auf mittlerem Niveau.				
	leichtes Niveau		mittleres Niveau		schwieriges Niveau
	Zusatzaufgaben				

Weiterführende Medien

- ▶ <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/>
Das Gabler Wirtschaftslexikon ist einer der Klassiker unter den Wirtschaftslexika. Es ist online verfügbar und bietet kurze und prägnante Erläuterungen zu nahezu allen betriebs- und volkswirtschaftlichen Grundbegriffen.
- ▶ <https://www.youtube.com/watch?v=TwkMH7cE2FE>
Hier werden die unterschiedlichen Marktformen verständlich erklärt.
[letzter Abruf: 30.06.2023]

Auf einen Blick

1./2. Stunde

Thema: Wie funktionieren Märkte?

M 1 Was ist ein Markt?

M 2 Was beeinflusst den Preis?

Inhalt: Die Schülerinnen und Schüler erarbeiten eine Definition des Marktes und setzen sich mit den Faktoren auseinander, die den Preis beeinflussen können.



3./4. Stunde

Thema: Monopol, Oligopol und Polypol

M 3 Marktformen im Alltag

M 4 Welche Marktformen gibt es?

Inhalt: Die Lernenden erarbeiten die Marktformen und setzen sich mit Beispielen aus dem Alltag auseinander.

5./6. Stunde

Thema: Den Gleichgewichtspreis errechnen

M 5 Der vollkommene Markt

M 6a–c Wie entsteht der Preis auf dem vollkommenen Markt?

Inhalt: Die Schülerinnen und Schüler analysieren die Merkmale eines vollkommenen Marktes und berechnen den Gleichgewichtspreis auf einem fiktiven Markt.



7. Stunde

Thema: Lernerfolgskontrolle

M 7 Bist du ein Marktexperte? – Ein Kurztest

SCHOOL-SCOUT.DE

Unterrichtsmaterialien in digitaler und in gedruckter Form

Auszug aus:

Angebot und Nachfrage - Wie entstehen Preise?

Das komplette Material finden Sie hier:

[School-Scout.de](https://www.school-scout.de)

