

SCHOOL-SCOUT.DE

Unterrichtsmaterialien in digitaler und in gedruckter Form

Auszug aus:

Wettbewerbspolitik - wie funktionieren Märkte?

Das komplette Material finden Sie hier:

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



IV.21

Staat als Wirtschaftsraum

Wettbewerbspolitik – Wie funktionieren Märkte?

Nach einer Idee von Dr. Christine Koch-Hallas



© Adobe Stock/ magele-picture

Der Markt als Ort, an dem Angebot und Nachfrage zusammentreffen und Preise entstehen lassen steht im Zentrum dieser Unterrichtseinheit. Die Lernenden setzen sich anhand abwechslungsreicher Materialien mit den verschiedenen Marktformen (Polypol, Oligopol und Monopol) auseinander und lernen deren Merkmale kennen. In einem Rollenspiel erproben sie handlungsorientiert, wie Preise entstehen. Abschließend untersuchen sie Möglichkeiten der staatlichen Einflussnahme und der Wettbewerbspolitik.

KOMPETENZPROFIL

Klassenstufe:	9–11
Dauer:	5–6 Unterrichtsstunden
Kompetenzen:	Märkte als Ort des Zusammentreffens von Angebot und Nachfrage und als Ort der Preisbildung kennen, Preise aushandeln und Marktmechanismen lernen, die Merkmale eines vollkommenen Marktes definieren und die Grundsäulen der Wettbewerbspolitik kennen
Thematische Bereiche:	Angebot und Nachfrage, Preisbildung, Polypol, Oligopol, Monopol, vollkommener Markt, Wettbewerbspolitik, Kartelle
Medien:	LearningApp, Spiel



Fachliche Hinweise

Auf einem Markt treffen sich Anbietende und Nachfragende, wobei die einen ihre Waren zu einem möglichst hohen Preis verkaufen und die anderen diese möglichst günstig erwerben möchten. Zu den Aufgaben und Funktionen des Marktes gehören neben der Preisbildung und der bestmöglichen Versorgung der Menschen mit Gütern auch die Koordinierung der Güternachfrage und des Güterangebots sowie das Verteilen der Güter. Preisbildung und Funktionsfähigkeit des Marktes sind abhängig von den Wettbewerbsbedingungen und damit von der Anzahl Anbietender und Nachfragender.

Monopol, Oligopol, Polypol – die verschiedenen Marktformen

Marktformen stellen das Verhältnis von Angebot und Nachfrage dar. Während dieses aus Anbietersicht von der Qualität der Güter und dem Preis abhängt, ist aus Sicht der Nachfragenden vor allem das zur Verfügung stehende Einkommen relevant. Abhängig von der Produktqualität, dem Preis und dem zur Verfügung stehenden Einkommen der Konsumentinnen und Konsumenten ergibt sich eine unterschiedliche Zahl von Anbietenden und Nachfragenden. Märkte mit vielen Nachfragenden und vielen Anbietenden werden Polypol genannt und bilden die Grundlage für den (fiktiven) vollkommenen Markt (z. B. Lebensmittelmarkt, Gebrauchtwagenmarkt). Als Oligopol werden Märkte mit vielen Nachfragenden und wenigen Anbietenden bezeichnet (Angebotsoligopol, z. B. Mobilfunkmarkt, Benzinmarkt) bzw. vielen Anbietenden und wenig Nachfragenden (Nachfrageoligopol, z. B. Kakaomarkt). Beim Monopol steht in der Regel ein Anbieter vielen Nachfragenden gegenüber (Angebotsmonopol). Es gibt auch Nachfrage-monopole, jedoch sind diese selten. Das häufig angeführte Beispiel dafür sind Geschäfte mit dem Staat. Da die einzelnen Anbietenden beim Angebotsmonopol den Preis frei bestimmen können, während die Nachfragenden keine Alternative haben, ist diese Marktform gesellschaftlich, politisch und wirtschaftlich nicht gewollt. Besaß zum Beispiel die Telekom früher das Monopol für die gesamte Telekommunikation, wurde dieses aufgelöst, um mehr Wettbewerb auf dem Markt zu schaffen.

Der vollkommene Markt – eine Fiktion

Das Modell des vollkommenen Marktes basiert auf der Annahme, dass es so viele Anbietende und Nachfragende auf einem Markt gibt, dass niemand Marktmacht besitzt. Da sich ein vollkommener Markt durch bestimmte Voraussetzungen kennzeichnet, die in der Realität kaum auftreten, handelt es sich um ein Modell. Denn sobald ein Markt eine der fünf Bedingungen des vollkommenen Marktes nicht aufweist, handelt es sich um einen unvollkommenen Markt. Die Bedingungen sind Polypol, Homogenität der Güter, absolut rationales Handeln der Nachfragenden, das heißt unabhängig von zeitlichen, räumlichen oder persönlichen Präferenzen, vollständige Markttransparenz und schnelle Reaktion der Marktteilnehmenden.

Schutz des freien Wettbewerbs – die Wettbewerbspolitik in Deutschland

Träger der Wettbewerbspolitik ist auf nationaler Ebene der Staat. Ziel der Wettbewerbspolitik ist es, den bestehenden Wettbewerb vor Beschränkungen zu schützen und den Marktzutritt offen zu halten. Dazu wird der Bildung von Marktmacht entgegengewirkt (Missbrauchsaufsicht), da die Ausübung von zu viel Marktmacht zu einer Einschränkung oder Aufhebung des Wettbewerbs führt. Ein weiteres Instrument der Wettbewerbspolitik ist das Kartellverbot, da Unternehmen der gleichen Branche sich üblicherweise mit dem Ziel zusammenschließen, die Marktposition gegenüber anderen Unternehmen außerhalb des Kartells zu stärken, indem sie sich zum Beispiel hinsichtlich der Preise oder Mengen absprechen. Die Fusionskontrolle als drittes Instrument ist dafür da, eine Unternehmenskonzentration zu untersagen, sofern sie zu einer marktbeherrschenden Stellung führt. Dafür ist das Bundeskartellamt zuständig.

Didaktisch-methodische Hinweise

Um was geht es inhaltlich?

Den Markt als einen Ort, wo Verkaufende und Kaufende von Gütern zusammenkommen, kennt ihre Klasse aus dem Alltag. Als Käuferinnen oder Käufer agieren die Lernenden im stationären Handel oder auch auf Internetplattformen. In der vorliegenden Unterrichtseinheit befassen sie sich mit dem Thema Markt und Marktformen und deren Eigenschaften. Daneben werden Angebot und Nachfrage und die daraus resultierende Preisbildung auf dem Markt, der Unterschied zwischen einem vollkommenen und unvollkommenen Markt sowie die deutsche Wettbewerbspolitik mit ihren drei wichtigsten Säulen behandelt, sodass ein Überblick über die wirtschaftlichen Zusammenhänge gewährt wird. Den Lernenden sollten jedoch die Grundlagen der sozialen Marktwirtschaft, deren Werte, Ziele und Merkmale, bekannt sein.

Wie ist die Unterrichtseinheit aufgebaut?

In der ersten Stunde erhalten die Lernenden anhand eines Schaubildes einen ersten Überblick über die Funktionsweise des Marktes. Anschließend lernen sie die verschiedenen Marktarten kennen und erfahren anhand eines Informationstextes, wie durch das Zusammenspiel von Angebot und Nachfrage die Preise auf dem Markt entstehen.

Im Zentrum der zweiten und dritten Stunde stehen die einzelnen Marktformen. Die Arbeitsblätter M 4–M 7 erhalten die Lernenden in Kopie und bearbeiten diese in Partner- oder Einzelarbeit. M 4–M 6 können dabei auch als **Stationenlernen** umgesetzt werden.

Die Schülerinnen und Schüler setzen sich zunächst mithilfe eines Textes mit Monopolen auseinander und erfahren am Beispiel des Benzinmarktes, was unter einem Oligopol verstanden wird und welche Auswirkungen diese Marktform auf Verbrauchende hat. Was ist ein Polypol und welche Merkmale hat diese Marktform? Warum gilt sie als die bestmögliche Marktform der Marktwirtschaft? Mit der Beantwortung dieser Fragen befassen sich die Schülerinnen und Schüler im Anschluss. Indem sie in die Rolle von Verkaufenden und Kaufenden schlüpfen erleben sie, wie Preise am Markt entstehen, wie Gewinne erzielt werden können und inwieweit der Marktpreis abhängig von Angebot und Nachfrage ist. Mithilfe des Rollenspiels üben sie darüber hinaus, zu argumentieren und zu handeln und vertiefen und festigen die Unterrichtsinhalte. Welche Voraussetzungen für einen vollkommenen Markt gegeben sein müssen und was diesen von einem unvollkommenen Markt unterscheidet, erarbeiten sich die Lernenden anhand mehrerer Fallbeispiele am Ende der dritten Stunde.

Im Zentrum der vierten Stunde steht die deutsche Wettbewerbspolitik mit ihren drei wichtigsten Säulen: dem Kartellverbot, der Missbrauchsaufsicht und der Fusionskontrolle. Mit den Zielen und der Bedeutung der staatlichen Wettbewerbspolitik beschäftigen sich die Schülerinnen und Schüler anhand eines Lückentextes und setzen sich danach mit den drei Säulen im Rahmen einer Gruppenarbeit auseinander. Wie illegale Preisabsprachen zwischen den großen Ölfirmen stattfinden, wird am Ende der Stunde anhand einer Karikatur erarbeitet. Durch Partner- und Gruppenarbeiten werden auch die sozialen und methodischen Kompetenzen wie Team-, Kontakt- und Kommunikationsfähigkeit, gemeinsame Entscheidungsfindung, Informationsverarbeitung und Problemlösekompetenz geübt. Zusatzaufgaben für Schnellere tragen der Binnendifferenzierung Rechnung. Zum Abschluss der Unterrichtseinheit und zum spielerischen Überprüfen des Gelernten lösen die Lernenden einen Multiple-Choice-Test.





Mögliche Alternativen oder Erweiterungsmöglichkeit

Die Einheit eignet sich für den digitalen Unterricht. Stellen Sie Ihren Lernenden die Materialien digital zur Verfügung. Die vorgesehenen Partnerarbeiten können entweder mithilfe von Video-Konferenzprogrammen umgesetzt oder aber in Einzelarbeiten umgewandelt werden.

Reihenbegleitend stehen sieben interaktive LearningApps zur Verfügung (M 1, M 2, M 4, M 7, M 8 und M 11). Alle LearningApps sind in einer Kollektion zusammengefasst unter <https://learningapps.org/display?v=pzfxf93ot23>. Teilen Sie diesen Link mit Ihren Lernenden: <https://learningapps.org/watch?v=pzfxf93ot23> (Vollbildansicht). Näheres zu den Aufgaben und der Anwendung von LearningApps finden sich in den Hinweisen.

Weiterführende Medien

- ▶ <https://www.buchhaltung-einfach-sicher.de/bwl/angebot-und-nachfrage>
Auf dieser Seite wird Angebot, Nachfrage und Gleichgewichtspreis leicht verständlich erklärt und welche Einflussfaktoren auf Angebot und Nachfrage wirken.
 - ▶ <https://simpleclub.com/lessons/wirtschafts--sozialkunde-monopol-oligopol-polypol-kaufer--verkaeufermarkt>
Auf der Seite von Simpleclub können sich die Schülerinnen und Schüler komprimiert über Marktformen informieren und erfahren, was unter einem Käufer- und einem Verkäufermarkt verstanden wird.
 - ▶ <https://blog.hubspot.de/marketing/vollkommener-markt>
Was ist ein vollkommener Markt, welche Bedingungen müssen dafür erfüllt sein und wie sieht es hier bezüglich Preisbildung und Konkurrenz aus? Die Fragen werden auf dieser Seite übersichtlich und gut verständlich beantwortet.
 - ▶ JL Education, „Marktformen - Funktionen von Märkten - vollkommener und unvollkommener Markt“: <https://www.youtube.com/watch?v=4mHqNqeob-k>
In diesem Video werden neben Angebot, Nachfrage und Marktformen der Unterschied zwischen einem vollkommenen und einem unvollkommenen Markt dargestellt.
 - ▶ AWS, „2. Preise und Märkte - Angebot und Nachfrage“: <https://www.youtube.com/watch?v=vRXni3PT-JY>
Wie verhält sich Angebot und Nachfrage auf dem Markt und welche Rolle spielt der Preis? In diesem Video wird dies am Beispiel von Pizzaschnitten leicht verständlich erklärt.
- [letzter Aufruf jeweils 27.10.2023]

Auf einen Blick

1. Stunde

Thema: Der Markt in der Wirtschaft

M 1 Was ist ein Markt und wie funktioniert er?

M 2 Faktor- und Gütermärkte – Überblick über die verschiedenen Marktarten

M 3 Angebot und Nachfrage – Wie entstehen Preise auf dem Markt?

Inhalt: Die Schülerinnen und Schüler erfahren, was ein Markt ist und welche Funktionen er hat. Sie lernen verschiedene Marktarten kennen und setzen sich mit der Preisentstehung auf dem Markt auseinander.

Benötigt: Beamer/Whiteboard, Internetzugang



2./3. Stunde

Thema: Die Struktur des Marktes: Marktformen

M 4 Das Monopol – Preisbildung ohne Konkurrenz

M 5 Das Oligopol – Beispiel Benzinmarkt

M 6 Das Polypol – Der beste Markt von allen?

M 7 Der vollkommene Markt – Realität oder Fiktion?

Inhalt: Die Schülerinnen und Schüler lernen den Unterschied zwischen den unterschiedlichen Marktformen sowie entsprechende Beispiele kennen, ordnen verschiedene Märkte den jeweiligen Marktformen zu und analysieren die Merkmale von vollkommenen bzw. unvollkommenen Märkten.

Benötigt: Beamer/Whiteboard, Internetzugang, M6 gedruckt auf Karton für die Rollenkarten






4. Stunde

Thema:	Wettbewerbspolitik: Schutz des freien Wettbewerbs
M 8	Ziele der Wettbewerbspolitik in Deutschland
M 9	Die drei Säulen der Wettbewerbspolitik
M 10	„Über Preise spricht man nicht ...“ – Illegale Preisabsprache auf dem Ölmarkt?
Inhalt:	Die Schülerinnen und Schüler setzen sich mit Zielen und Bedeutung der Wettbewerbspolitik in Deutschland auseinander und beschäftigen sich anhand von Beispielen und einer Karikatur mit den drei wichtigsten Säulen der Wettbewerbspolitik.
Benötigt:	Beamer/Whiteboard, Internetzugang

Lernerfolgskontrolle

M 11	Teste dein Wissen – Wie fit bist du beim Thema Markt und Marktformen?
Inhalt:	Die Schülerinnen und Schüler wiederholen spielerisch den Unterrichtsstoff und überprüfen ihr Wissen anhand eines Multiple-Choice-Tests.
Benötigt:	Beamer/Whiteboard, Internetzugang

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
	Zusatzaufgabe				

SCHOOL-SCOUT.DE

Unterrichtsmaterialien in digitaler und in gedruckter Form

Auszug aus:

Wettbewerbspolitik - wie funktionieren Märkte?

Das komplette Material finden Sie hier:

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

