

Im Auftrag der



Akademie für Gesundheits-
und Sozialberufe

WISO

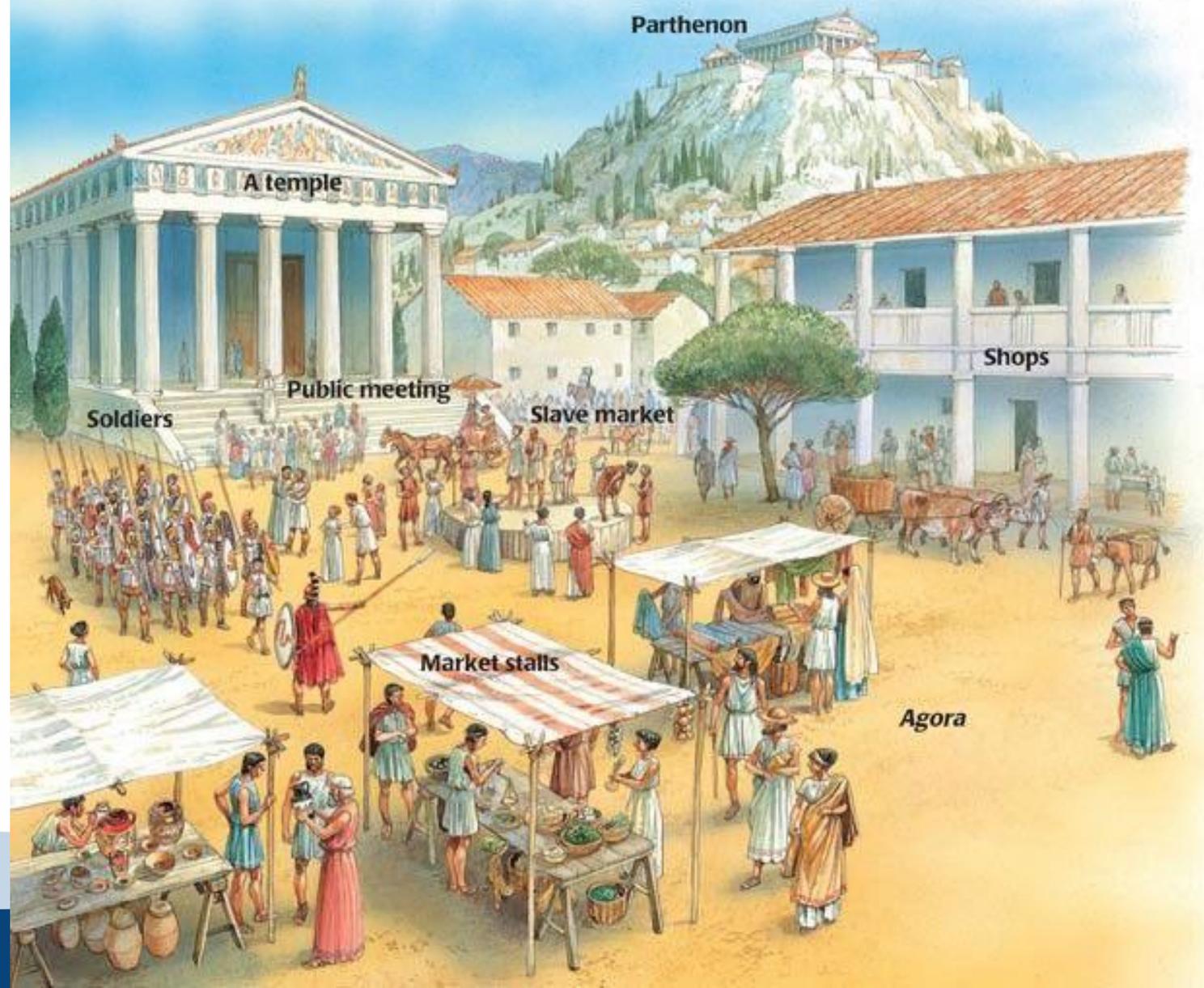
Funktionen des Marktes

Teil 1: Marktformen und vollkommener Markt



Der Markt

Platz, an dem Verkäufer (Angebot) und Käufer (Nachfrage) zusammenkommen.





Der Markt

Der Markt kann nicht mehr nur als Ort angesehen werden

- Wochenmarkt
- Flohmarkt
- Einzelhandel in Innenstadt
- antikes Forum / Kirchenplatz

Mittlerweile hat sich der Markt ins Internet verlagert.

Überall dort, wo Angebot und Nachfrage zusammentreffen, entsteht ein Markt.

Selbst ein Drogenhandel im Hinterhof ist ein Markt.

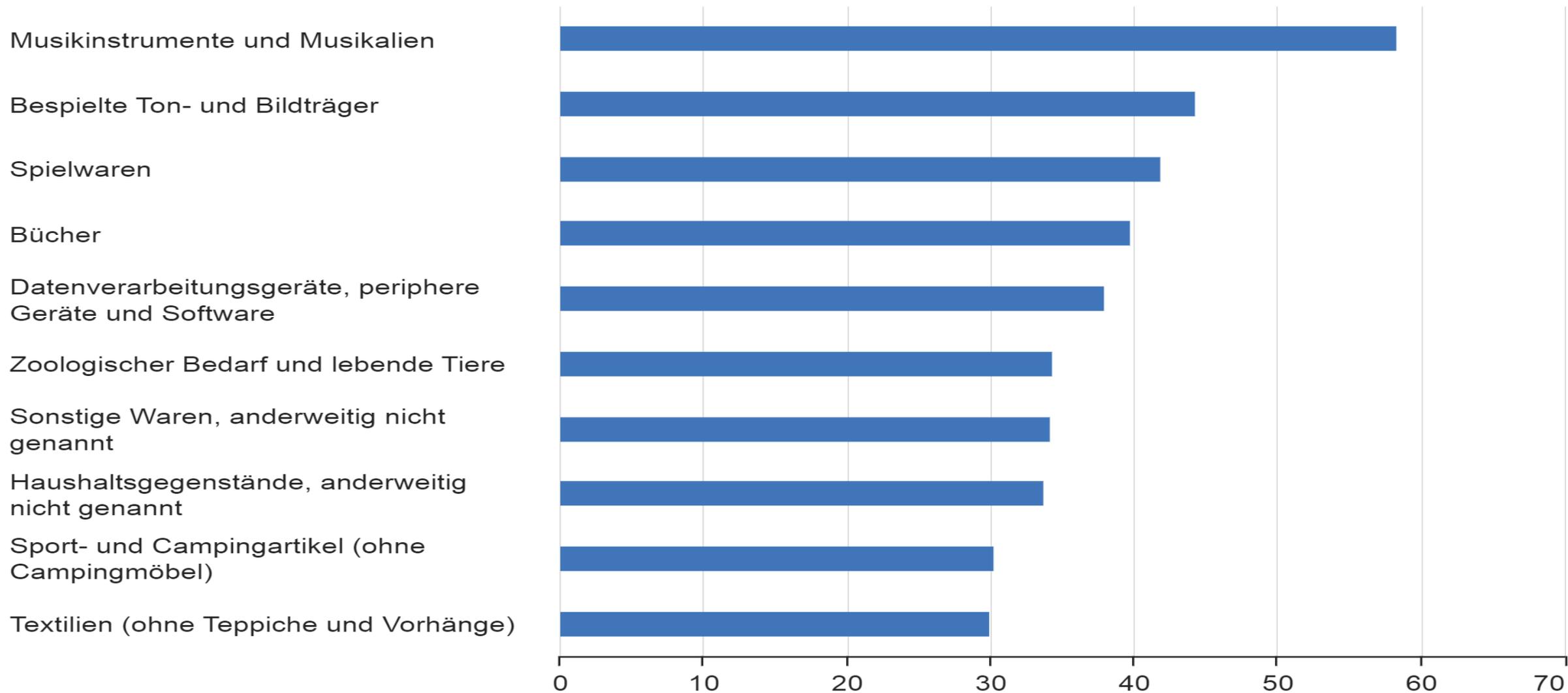
Legale Märkte werden kontrolliert und folgen Regeln des Staates.

Beispiele für Märkte

- Gütermärkte (Produkte und Dienstleistungen)
- Faktormärkte (Arbeit, Boden, Kapital)
- Aktienmärkte
- Geldmärkte
- Devisenmärkte

Umsatzanteile des Online-Einzelhandels am Handel insgesamt nach Warengruppen 2019

in %



Die zehn größten Online-Händler in Deutschland 2022

1. Amazon – 14,4 Mrd. €

2. Otto – 4,5 Mrd. €

3. Zalando – 2,6 Mrd. €

4. MediaMarkt – 1,8 Mrd. €

5. Apple – 1,4 Mrd. €

6. IKEA – 1,3 Mrd. €

7. Lidl – 0,97 Mrd. €

8. H&M – 0,92 Mrd. €

9. Saturn – 0,9 Mrd. €

10. Aboutyou – 0,89. Mrd. €



Temu (2023)

Modell des vollkommenen Marktes

- Marktteilnehmer: Homo Oeconomicus
- keine persönlichen, zeitlichen, räumlichen oder sachlichen Präferenzen
- homogene Güter
- vollkommene Markttransparenz
- unendliche schnelle Reaktion der Marktteilnehmer

Was passiert, wenn ... ?

Sachverhalt	Auswirkung Preis	Auswirkung Menge	Beispiel
Nachfrage steigt	↑	↑	Saison
Nachfrage sinkt	↓	↓	Skandal
Angebot steigt	↓	↑	Ernte
Angebot sinkt	↑	↓	Dürre

Marktformen

<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> Nachfrager Anbieter </div>	einer	wenige	viele
einer	Zweiseitiges Monopol	beschränktes Nachfragemonopol	Nachfragemonopol
wenige	Beschränktes Angebotsmonopol	Zweiteiliges Oligopol	Nachfrageoligopol
viele	Angebotsmonopol	Angebotsoligopol	Polypol

Marktformen

<div style="text-align: right; padding-right: 10px;">Anbieter</div> <div style="text-align: left; padding-left: 10px;">Nachfrager</div>	einer	wenige	viele
einer	Zweiseitiges Monopol	beschränktes Nachfragemonopol	Nachfragemonopol
wenige	Beschränktes Angebotsmonopol	Zweiteiliges Oligopol	Nachfrageoligopol
viele	Angebotsmonopol	Angebotsoligopol	Polypol



- Monopolist verlangt nur einen Preis pro Gut
- Unabhängigkeit in der Preisbildung
- Kann bei Unvollkommenheit (Konkurrenz) zu Preisdifferenzierung führen (sachliche -, persönliche -, räumliche -, zeitliche -, Vorlieben)

Marktmacht Google

googeln

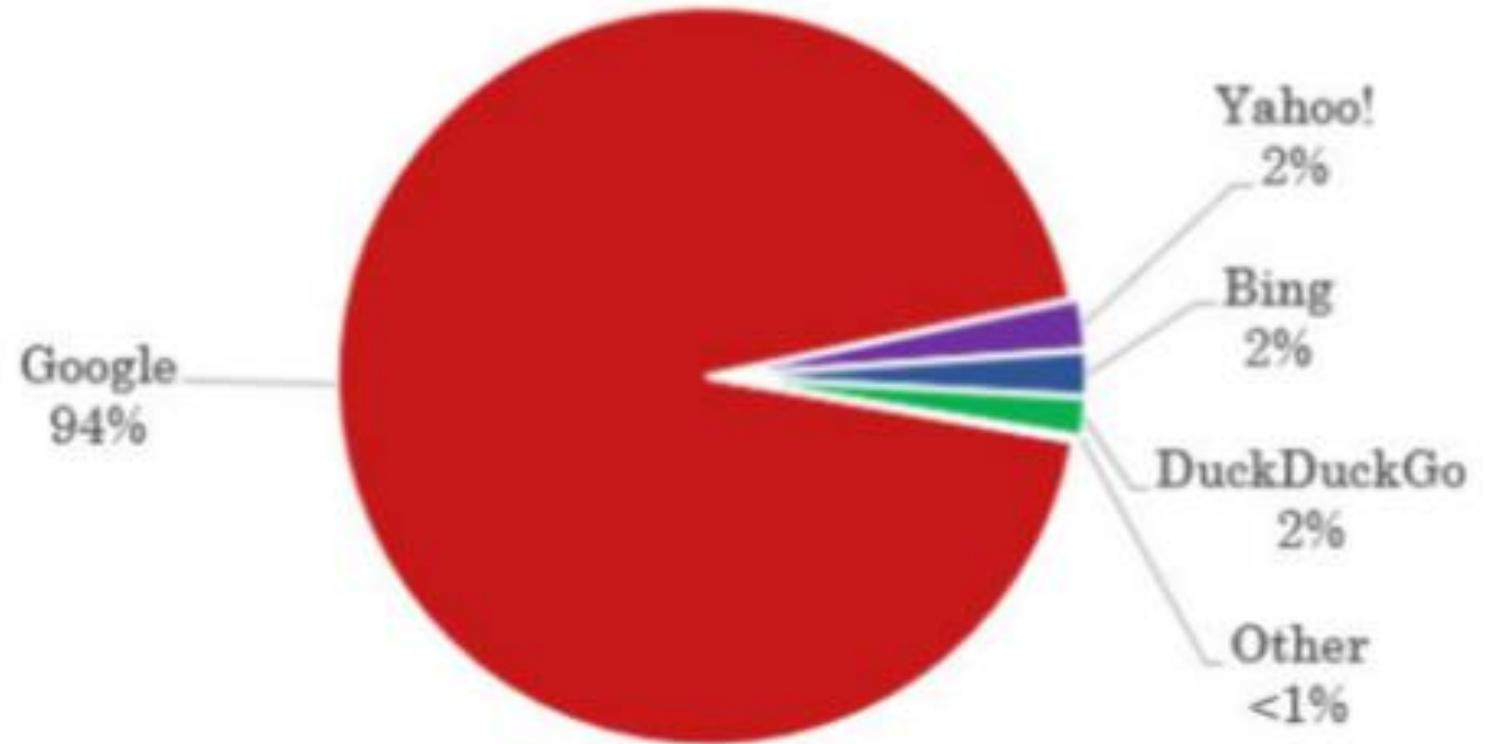


Bedeutung ⓘ

mit Google® im Internet suchen, recherchieren

BEISPIELE

- ich goog[e]le mal schnell
- er hatte ihren Namen, nach Informationen gegoogelt



Oligopol



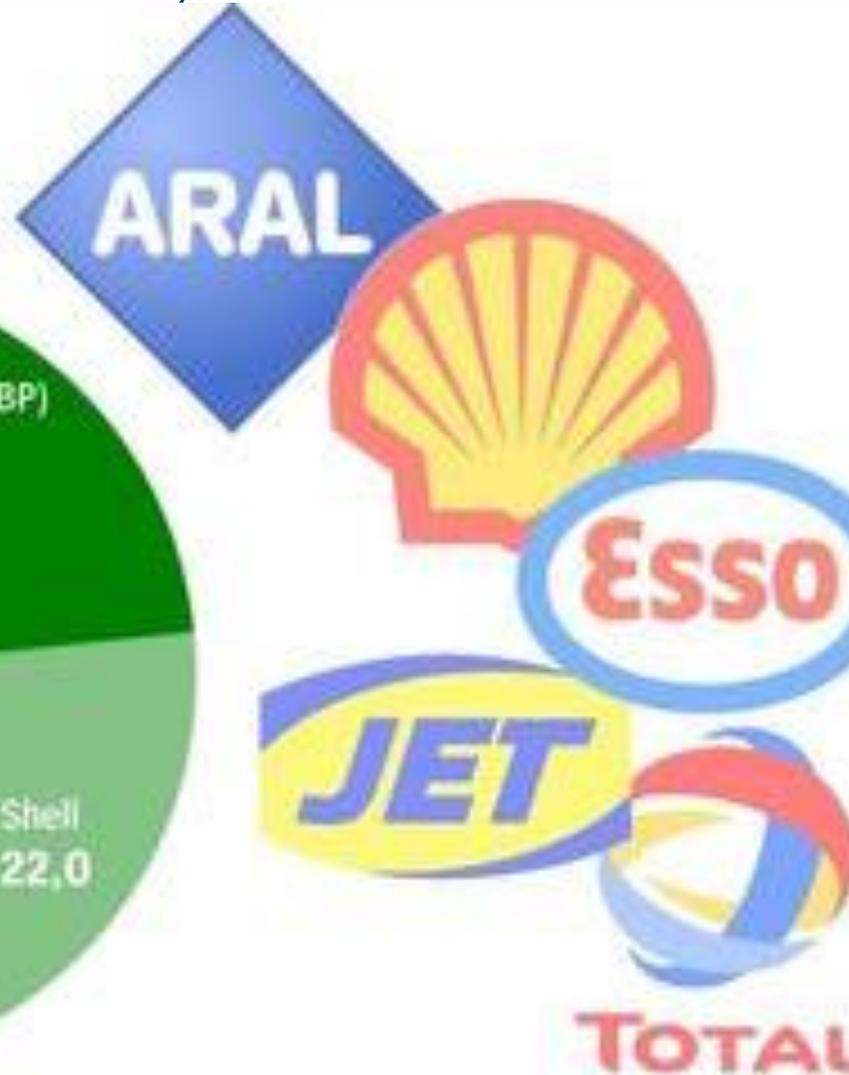
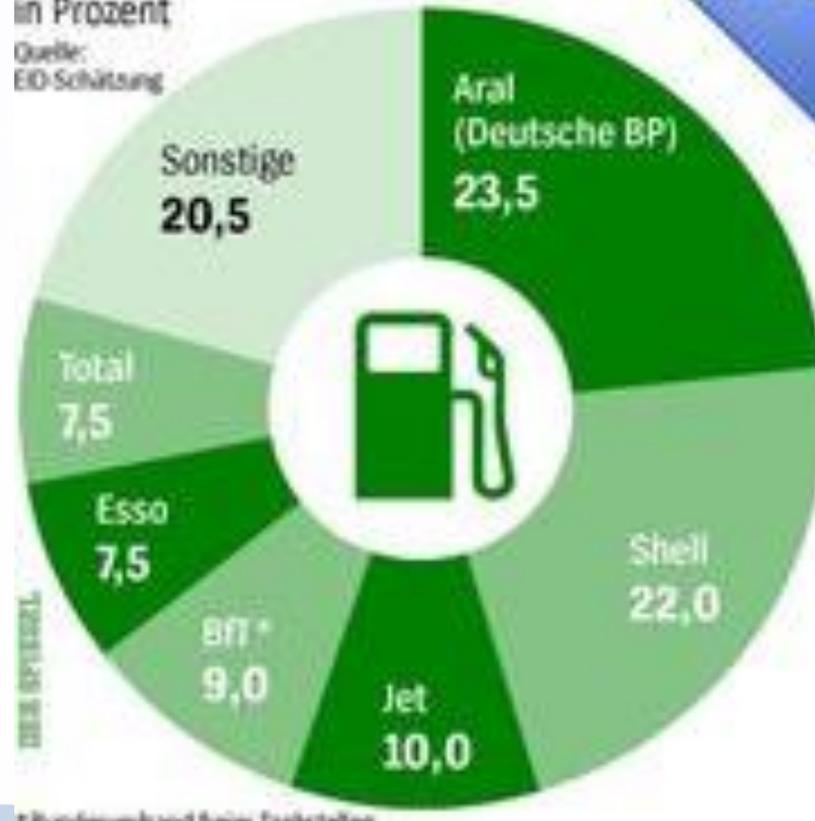
- Einheitspreis durch abgestimmtes Verhalten der Oligopolisten
- Kann bei Unvollkommenheit (Konkurrenz) zu unterschiedlichen Preisen und stärkere Berücksichtigung der Konkurrenten in der Preisbildung führen

Marktmacht Aral/BP, Shell, Jet, Esso, Total

Mächtige Multis

Treibstoffmarkt in Deutschland,
Mitte 2011, Marktanteil nach Absatz,
in Prozent

Quelle:
EID-Schätzung



Polypol

- Einheitspreis, auf den die Anbieter und Nachfrager keinen Einfluss haben
- Kann bei Unvollkommenheit (Konkurrenz) zu unterschiedlichen Preisen pro Gut kommen, die Anbieter haben einen kleinen Spielraum für Preispolitik

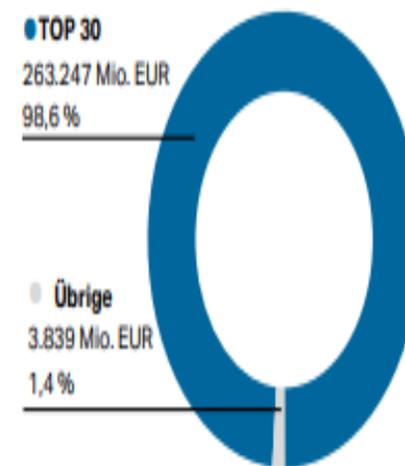
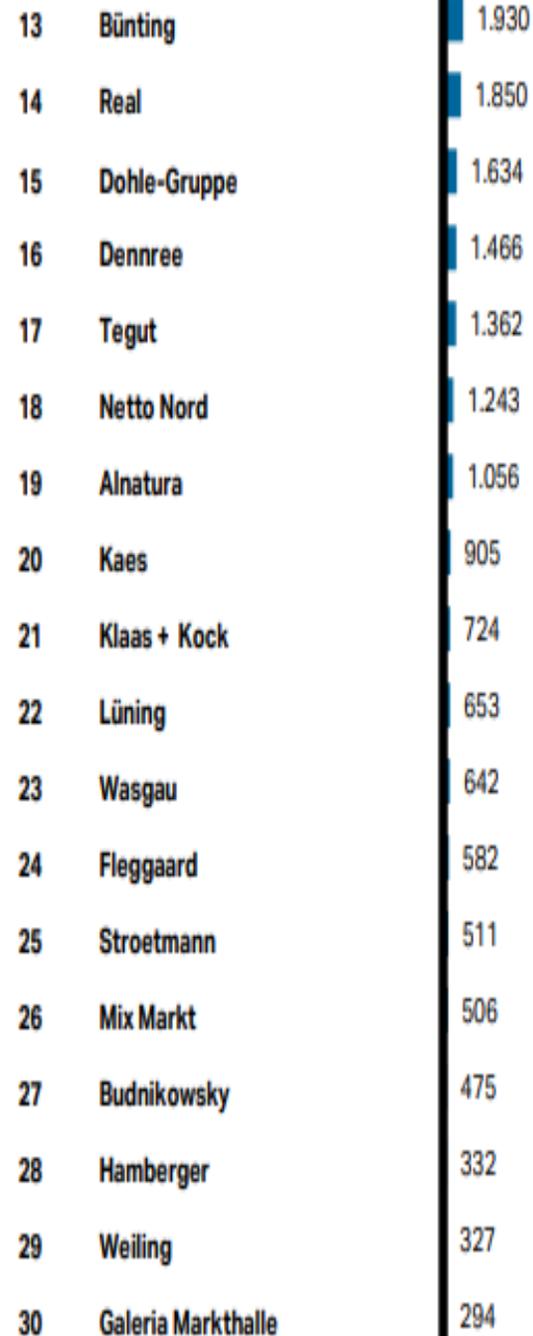
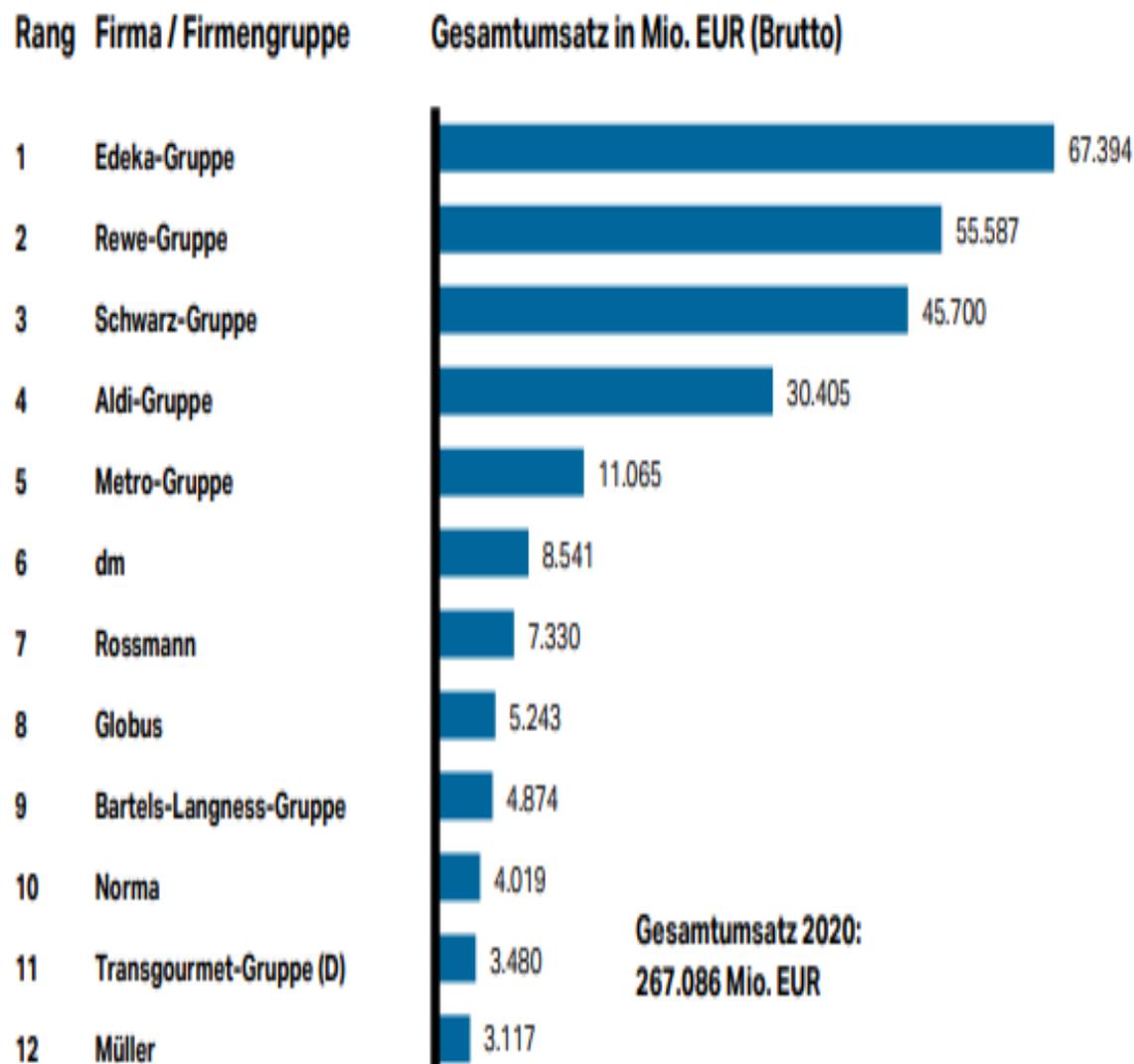
Supermärkte

- 1 
- 2 
- 3 
- 4 
- 5 

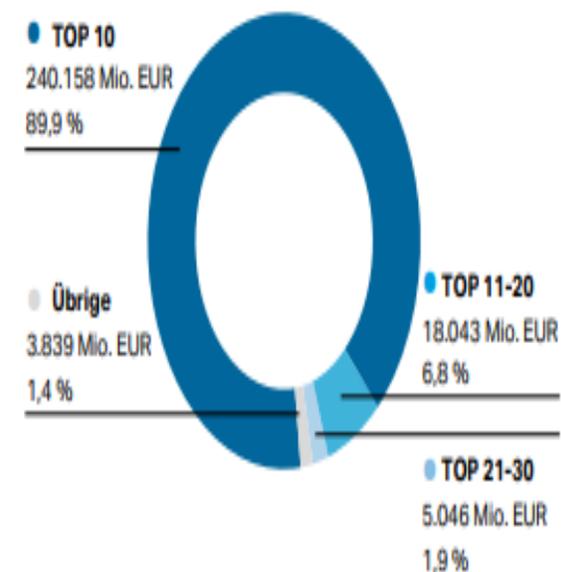
Discounter

- 1 
- 2 
- 3 
- 4 
- 5 

TOP 30 des Lebensmittelhandels nach Gesamtumsatz 2020



Marktanteile nach Gesamtumsatz 2020:



Psychologie

Wo liegt der Unterschied zwischen den Preisen?

42,42 Euro

56,75 Euro

23,43 Euro

hart kalkulierte
Preise

9,99 Euro

999,95 Euro

14,99 Euro

psychologische
Preise

Güterpreise

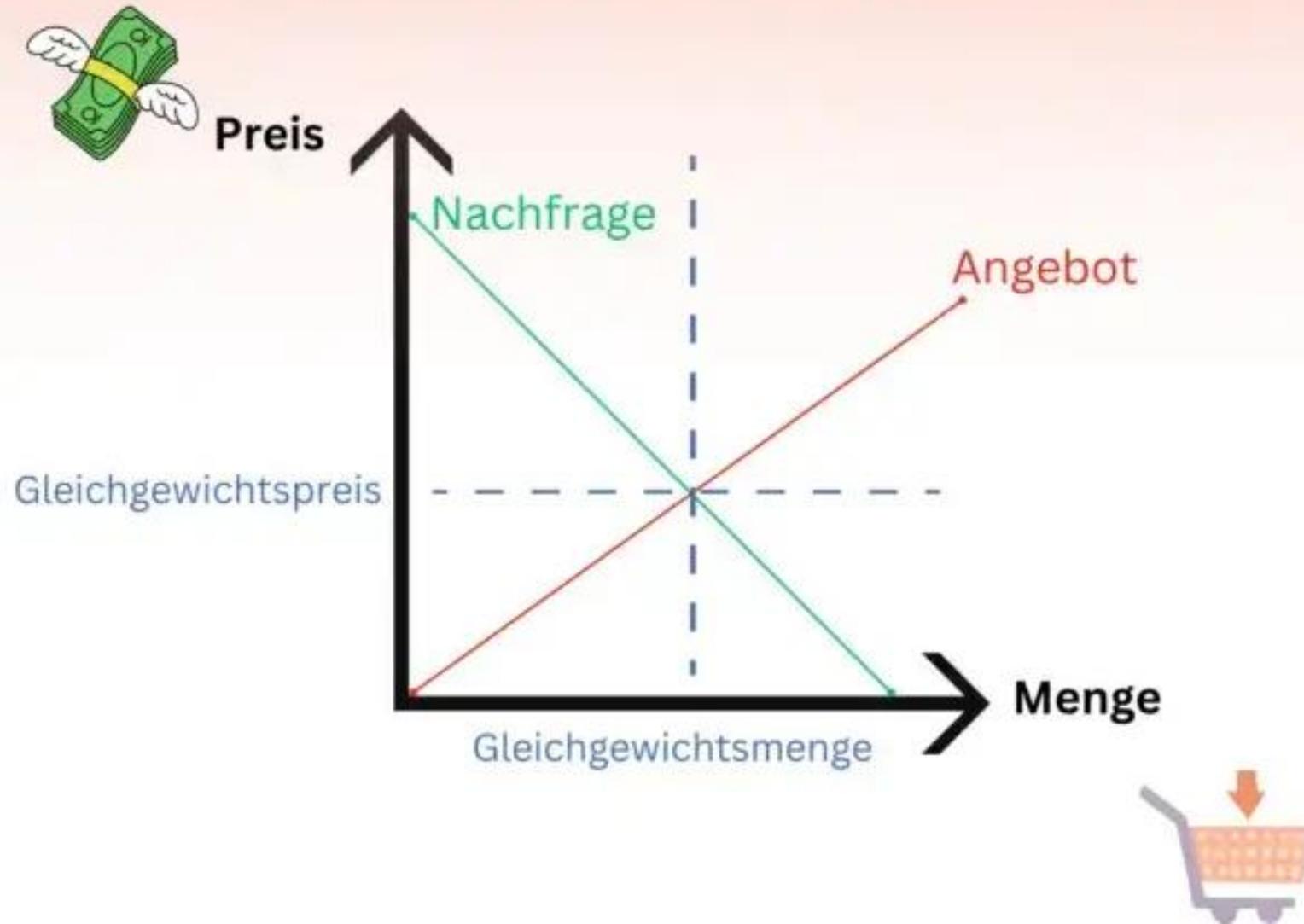
- Angebot und Nachfrage versuchen, sich einig zu werden. Dabei ist der Güterpreis entscheidend.
- Fehlstellungen des Marktes:
 - Der Preis ist zu günstig Nachfrageüberhang
 - Der Preis ist zu hoch Angebotsüberhang

Nachfrage

Die Nachfrage privater Haushalte ist abhängig von:

- den Preisen der Güter
- dem verfügbaren Einkommen
- der Bedarfsstruktur der Haushalte

Angebots- und Nachfragefunktion

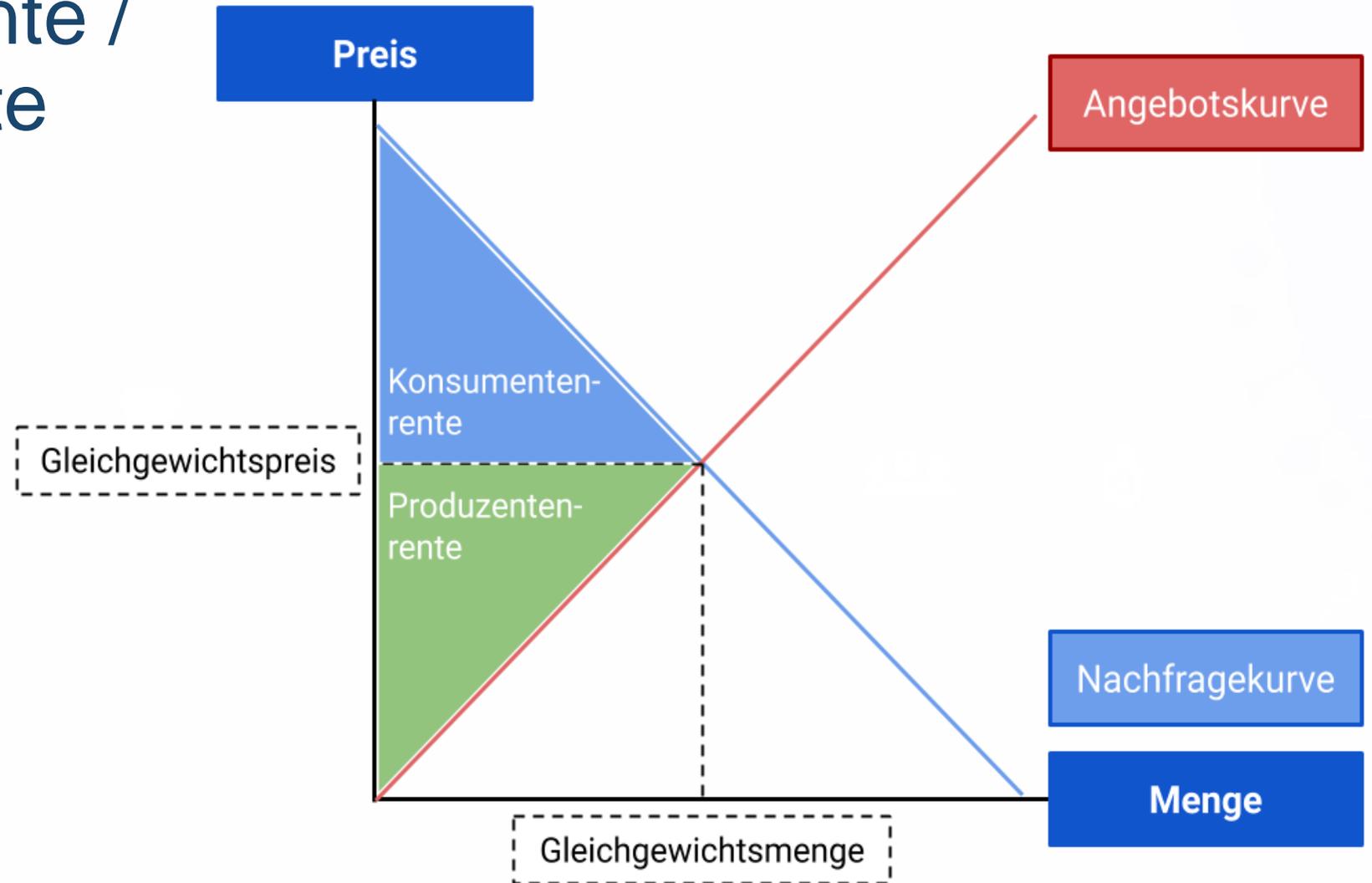


- Bei steigendem Preis sinkt die Nachfrage der Kunden
- -> Bei sinkendem Preis steigt die Nachfrage

- Bei steigendem Preis bieten mehr Anbieter die Produkte an
- -> Bei sinkendem Preis sinkt die Anzahl Anbieter

- Ein Gleichgewicht muss gefunden werden
(Gleichgewichtspreis)

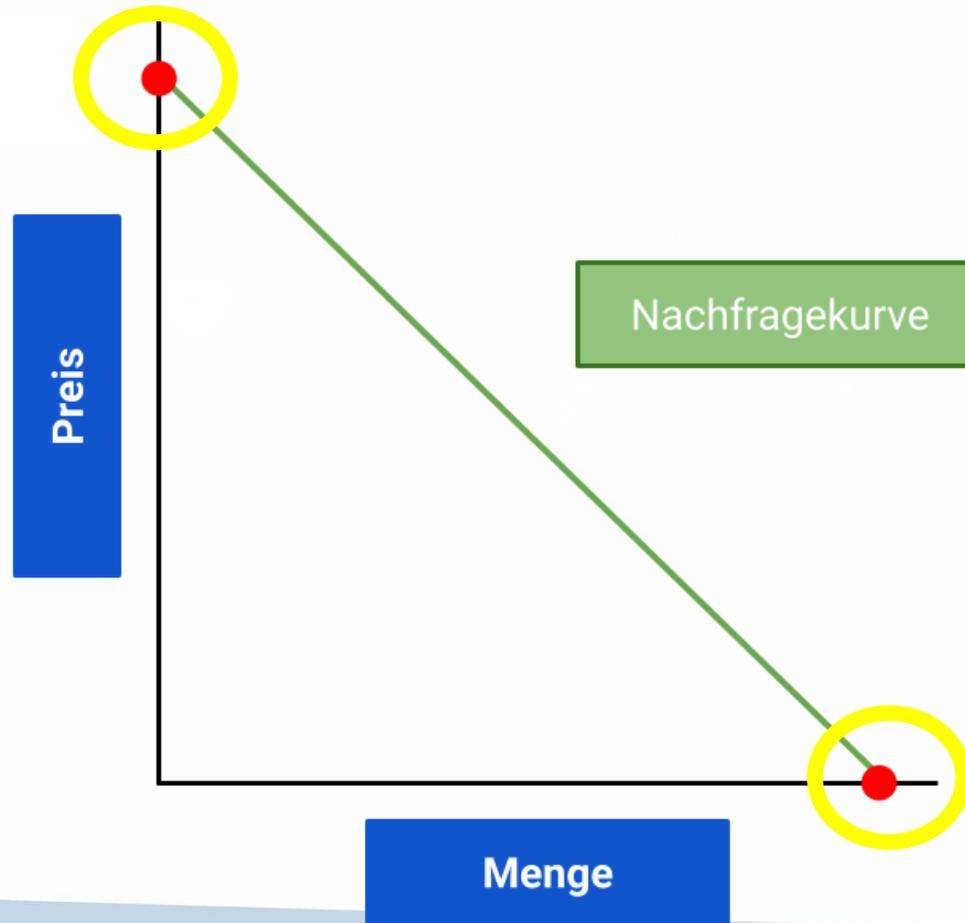
Konsumentenrente / Produzentenrente



Sondergrößen in der Nachfragekurve

(Kundensicht)

Prohibitivpreis
Der Preis ist so hoch, dass die Nachfrage auf 0 zurückgeht, die Haushalte es sich nicht mehr leisten können



Sättigungsmenge
Der Preis ist so niedrig, dass nahezu jeder Haushalt das Produkt einkauft

Im Auftrag der



**Akademie für Gesundheits-
und Sozialberufe**

Fragen zum Abschluss?

Unternehmensverbund der Wirtschaftsakademie

Ein starker Verbund



Im Auftrag der



**Akademie für Gesundheits-
und Sozialberufe**

Vielen Dank

