

2. Mikroökonomie
Haushaltstheorie
Unternehmens-
theorie
**Markt- und
Preistheorie**
Marktverhalten und
Marktstrategien

Grundlagen der
Volkswirtschaft

105

Der vollkommene Markt


Ein **Markt** ist definiert als der ökonomische Ort, an dem Angebot und Nachfrage zusammentreffen und an dem sich Preisbildung und Tausch vollziehen.

Auf dem Markt werden die Informationen darüber ausgetauscht, welche Mengen eines Gutes bei bestimmten Preisen nachgefragt werden und welche Mengen des gleichen Gutes zu bestimmten Preisen zu einem bestimmten Zeitpunkt angeboten werden.

Bedingungen des vollkommenen Marktes:

- wirtschaftlich homogene Güter
- keine (zeitlichen, persönlichen, räumlichen) Präferenzen
- vollkommene Markttransparenz
- unendlich große Reaktionsgeschwindigkeit

Volker Castor

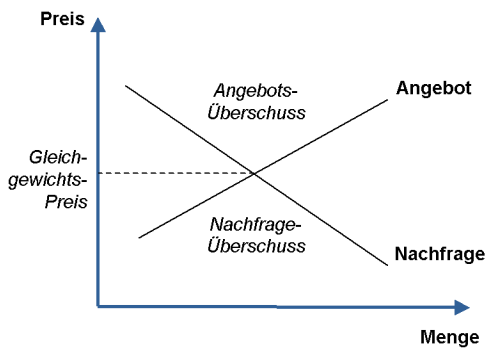


2. Mikroökonomie
Haushaltstheorie
Unternehmens-
theorie
**Markt- und
Preistheorie**
Marktverhalten und
Marktstrategien

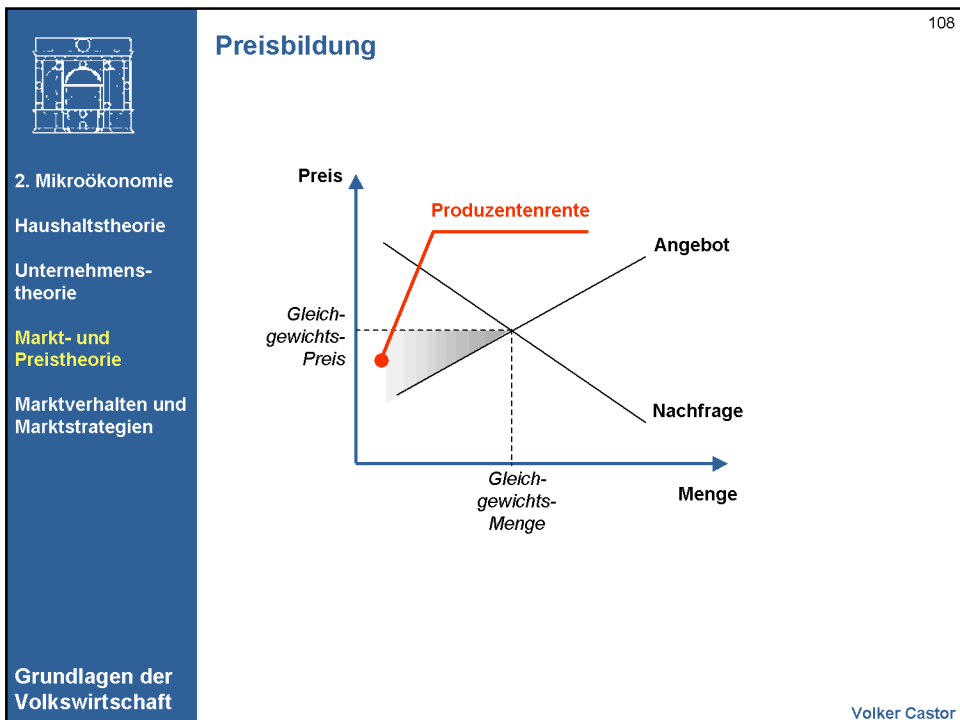
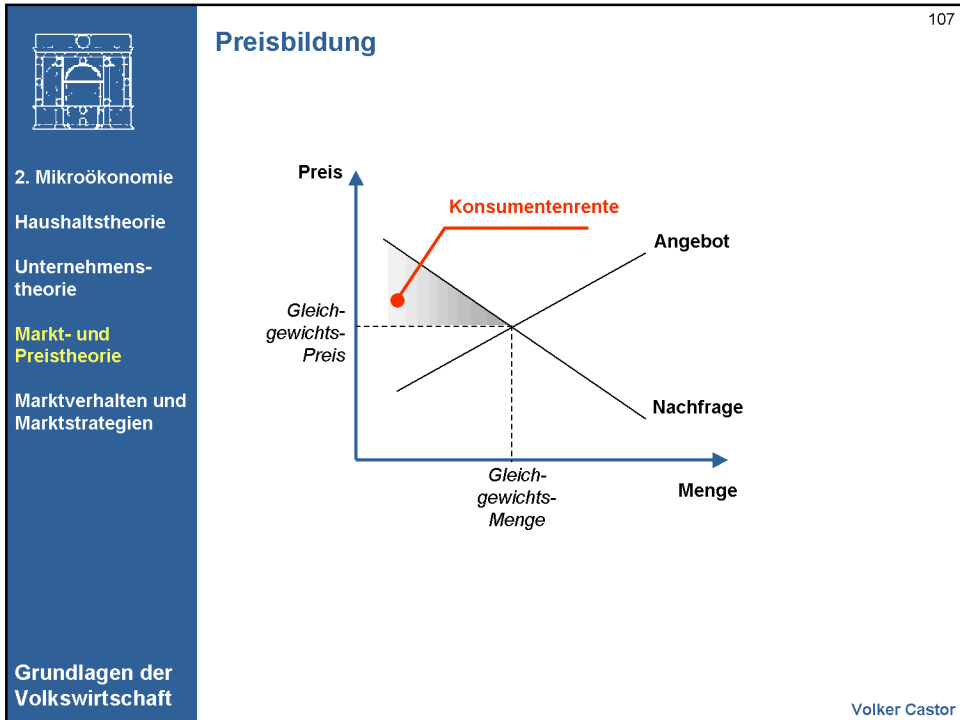
Grundlagen der
Volkswirtschaft

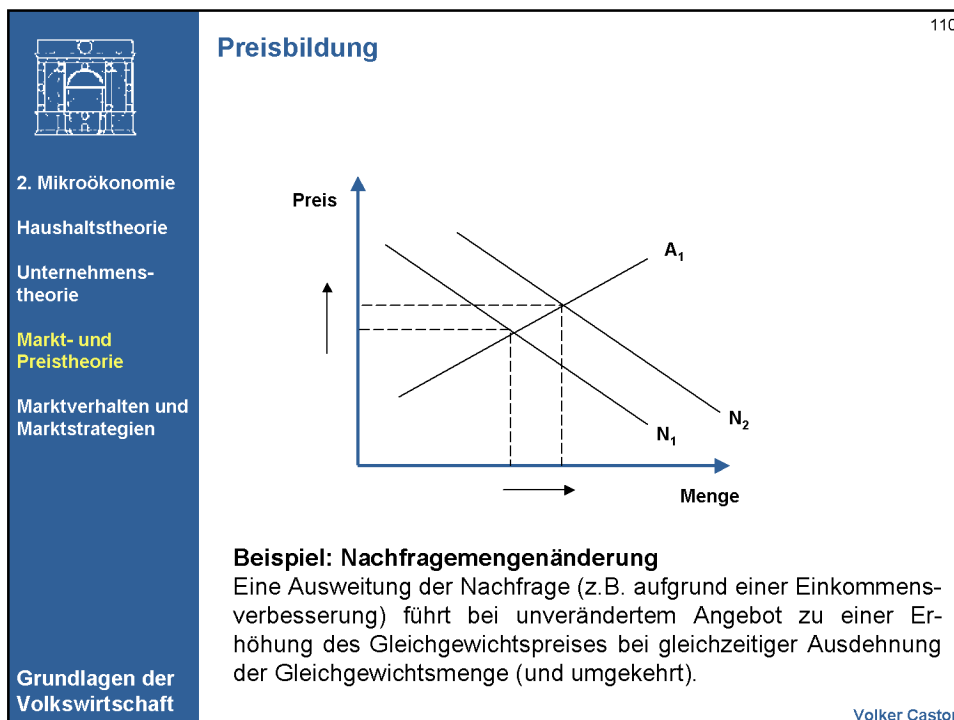
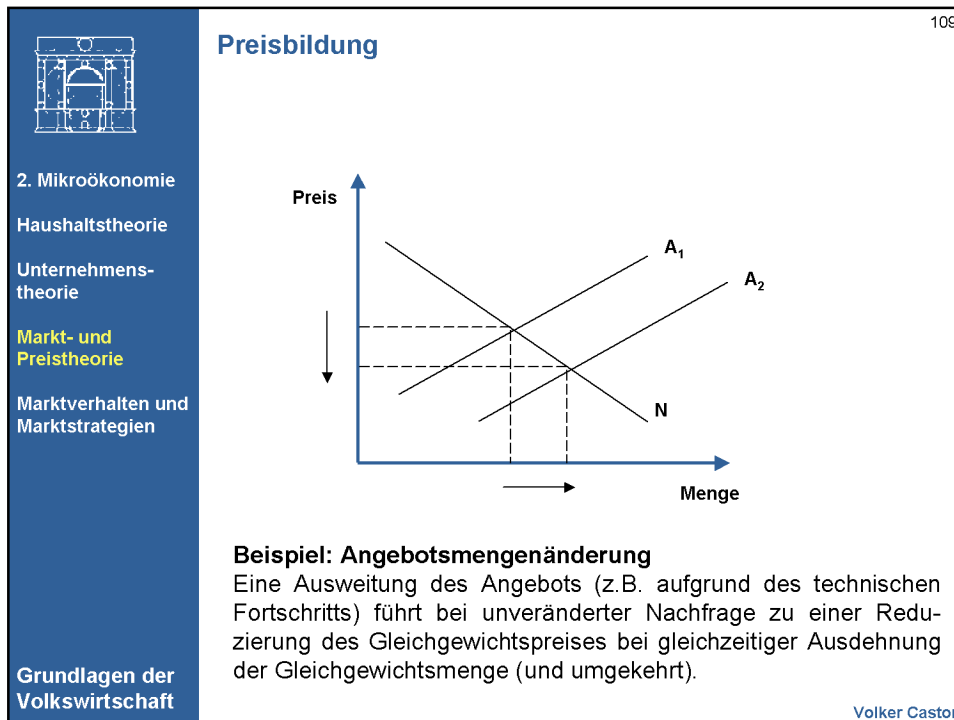
106


Preisbildung



Volker Castor







2. Mikroökonomie

Haushaltstheorie

Unternehmens-
theorie

Markt- und
Preistheorie

Marktverhalten und
Marktstrategien

Grundlagen der
Volkswirtschaft


111

Beispiel: Preisbildung

Kurs	Kauf- aufträge	Verkaufs- aufträge
95	160 Stück	130 Stück
100	150 Stück	140 Stück
105	140 Stück	150 Stück
110	130 Stück	160 Stück
115	120 Stück	170 Stück
120	110 Stück	180 Stück
125	100 Stück	190 Stück

Die aufgeführten Kauf- und Verkaufsaufträge liegen zu einer Aktie vor. Alle Aufträge sind mit einem **Limit** versehen. Dieses Limit ist jeweils als **Mindestpreis** (bei den Verkaufsaufträgen) und als **Höchstpreis** (bei den Kaufaufträgen) zu verstehen

Volker Castor



2. Mikroökonomie

Haushaltstheorie

Unternehmens-
theorie

Markt- und
Preistheorie

Marktverhalten und
Marktstrategien

Grundlagen der
Volkswirtschaft


112

Beispiel: Preisbildung

Kurs	Nachfrage- menge	Angebots- menge	Umsatz
95	910 Stück	130 Stück	130 Stück
100	750 Stück	270 Stück	270 Stück
105	600 Stück	420 Stück	420 Stück
bezB 110,00	460 Stück	580 Stück	460 Stück
115	330 Stück	750 Stück	330 Stück
120	210 Stück	930 Stück	210 Stück
125	100 Stück	1120 Stück	100 Stück

Es wird ein Kurs von 110,00 € gebildet, da hier der größtmögliche Umsatz mit 460 Stück zustande kommt. Der **Kurszusatz bezB** („bezahlt Brief“) bringt zum Ausdruck, dass zu einem Kurs von 110,00 € die angebotene Menge die nachgefragte Menge übertroffen hat. (Der umgekehrte Fall würde mit bezG („bezahlt Geld“) beschrieben werden).

Volker Castor



2. Mikroökonomie
Haushaltstheorie
Unternehmens-
theorie
**Markt- und
Preistheorie**
Marktverhalten und
Marktstrategien

Grundlagen der
Volkswirtschaft


Preisbildung

113

Funktionen des Gleichgewichtspreises

- Ausschaltungs- oder Ausgleichsfunktion (von Angebot und Nachfrage)
- Lenkungsfunktion (der Produktionsfaktoren)
- Einkommensverteilungsfunktion (primäre Einkommensverteilung: ökonomisches Anreizsystem)
- Knappheitsgrad / Knappheitsmesser (der Preis wird durch die angebotenen und nachgefragten Mengen bestimmt)

Volker Castor

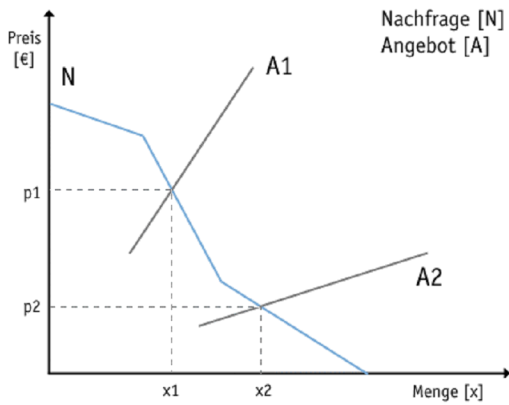


2. Mikroökonomie
Haushaltstheorie
Unternehmens-
theorie
**Markt- und
Preistheorie**
Marktverhalten und
Marktstrategien

Grundlagen der
Volkswirtschaft


Unvollkommener Markt

114



Preisdifferenzierungen: bei (auch psychologisch) inhomogenen Gütern sowie bei räumlichen, zeitlichen oder persönlichen Präferenzen der Nachfrager.

Volker Castor

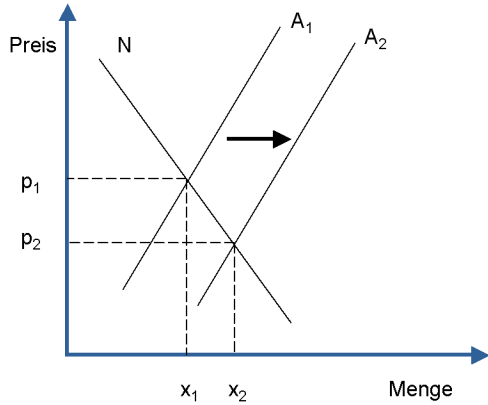


2. Mikroökonomie
Haushaltstheorie
Unternehmens-
theorie
**Markt- und
Preistheorie**
Marktverhalten und
Marktstrategien

Grundlagen der
Volkswirtschaft


115

Unvollkommener Markt Zeitverzögerung / „Schweinezyklus“



Zeitverzögerungen: Nicht bei allen Produkten ist eine unendlich große Reaktionsgeschwindigkeit der Marktteilnehmer möglich (z. B. in der Landwirtschaft).

Volker Castor

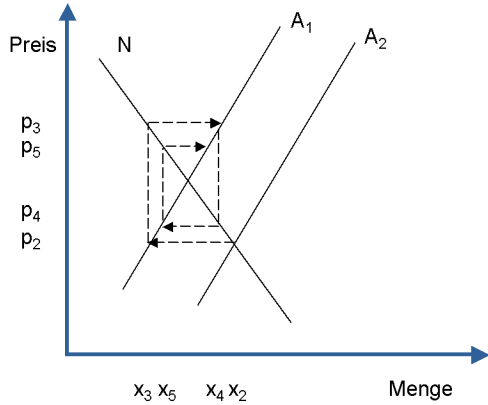


2. Mikroökonomie
Haushaltstheorie
Unternehmens-
theorie
**Markt- und
Preistheorie**
Marktverhalten und
Marktstrategien

Grundlagen der
Volkswirtschaft


116

Unvollkommener Markt Zeitverzögerung / „Schweinezyklus“



Die Produktions- bzw. Erntemengen können sich im Verlauf mehrerer Perioden auf ein Gleichgewicht einpendeln (implodierender Fall / s.o.) oder immer stärker auseinanderstreben (explodierender Fall).

Volker Castor



2. Mikroökonomie
Haushaltstheorie
Unternehmens-
theorie
**Markt- und
Preistheorie**
Marktverhalten und
Marktstrategien

**Grundlagen der
Volkswirtschaft**


Marktformen

117

	viele kleine Anbieter	wenige mittelgroße Anbieter	ein großer Anbieter
viele kleine Nachfrager	Polypol	Angebots-oligopol	Angebots-monopol
wenige mittelgroße Nachfrager	Nachfrage-oligopol	Bilaterales Oligopol	Beschränktes Angebots-monopol
ein großer Nachfrager	Nachfrage-monopol	Beschränktes Nachfrage-monopol	Bilaterales Monopol

→ Unterscheidung anhand der Anzahl der Marktteilnehmer

Volker Castor



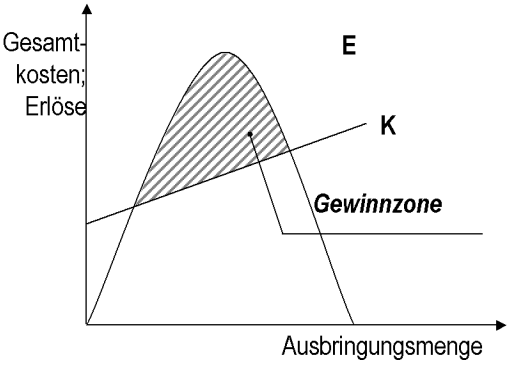
2. Mikroökonomie
Haushaltstheorie
Unternehmens-
theorie
**Markt- und
Preistheorie**
Marktverhalten und
Marktstrategien

**Grundlagen der
Volkswirtschaft**

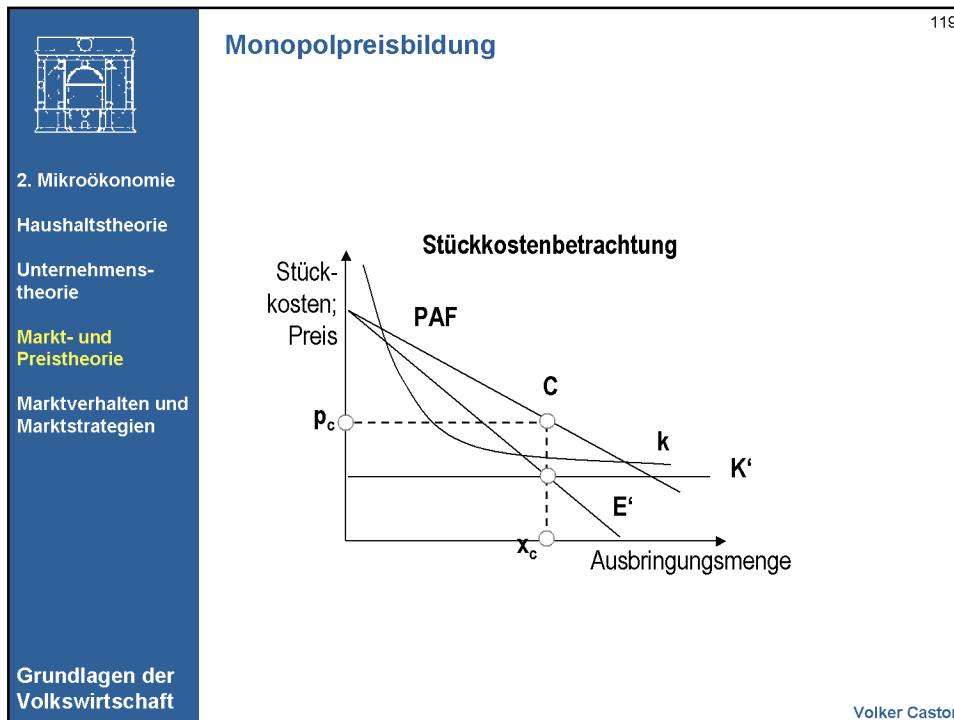
Monopolpreisbildung

118

Gesamtkostenbetrachtung



Volker Castor



120

Stückkostenbetrachtung

Stückkosten; Preis

PAF

p_c

C

k

K'

E'

x_c

Ausbringungsmenge

Volker Castor

	Funktionen
Erlöse	$E = PAF * x$
Cournotsche Menge	$E' = K'$
Gewinnfunktion	$G = E - K$ $G = p * x - [k_v * x + K_f]$ $G = (p - k_v) * x - K_f$



2. Mikroökonomie
Haushaltstheorie
Unternehmens-
theorie
**Markt- und
Preistheorie**
Marktverhalten und
Marktstrategien

Grundlagen der
Volkswirtschaft

Unvollkommener Markt: Staatliche Preisbildung

121



Wirkung: Preis verliert die Ausschaltfunktion
Formen: indirekt (marktkonform) und direkt (marktinkonform)
Zusätzliche Mengenregulierung: z. B. Bezugsscheine

Volker Castor



2. Mikroökonomie
Haushaltstheorie
Unternehmens-
theorie
**Markt- und
Preistheorie**
Marktverhalten und
Marktstrategien

Grundlagen der
Volkswirtschaft

Unvollkommener Markt: Staatliche Preisbildung


122



Wirkung: Preis verliert die Ausschaltfunktion
Formen: indirekt (marktkonform) und direkt (marktinkonform)
Zusätzliche Mengenregulierung: z. B. Anbaubeschränkungen,
Abnahmezwang, staatliche Vorratshaltung

Volker Castor

123



2. Mikroökonomie
Haushaltstheorie
Unternehmens-
theorie
Markt- und
Preistheorie
**Marktverhalten und
Marktstrategien**

Marktverhalten und Marktstrategien


Preisbildung im Polypol
Hier ist die Preisbildung weder vom einzelnen Nachfrager noch vom einzelnen Anbieter beeinflussbar. Für jeden Anbieter ist somit der Preis eine fixe Größe (ein Datum).

Die Anbieter verfolgen somit eine Strategie der **Mengen-
anpassung** → Betrachtung der Preisuntergrenzen.

Grundlagen der
Volkswirtschaft

Volker Castor

124



2. Mikroökonomie
Haushaltstheorie
Unternehmens-
theorie
Markt- und
Preistheorie
**Marktverhalten und
Marktstrategien**

Marktverhalten und Marktstrategien


Preisbildung im Angebotsmonopol
Im Monopol ist der Verkaufspreis grundsätzlich vom Anbieter veränderbar.

Er verfolgt somit eine Strategie der **Preisanpassung**.

Eine denkbare Konkurrenz existiert für ihn nur in der Existenz von etwaigen Substitutionsgütern → Berücksichtigung im Rahmen der Preis-Absatz-Funktion

Grundlagen der
Volkswirtschaft

Volker Castor



2. Mikroökonomie
Haushaltstheorie
Unternehmens-
theorie
Markt- und
Preistheorie
**Marktverhalten und
Marktstrategien**

Grundlagen der
Volkswirtschaft

125

Marktverhalten und Marktstrategien


Preisbildung im Angebotsoligopol

Oligopolisten können grundsätzlich zwei verschiedene Marktstrategien verfolgen:

- 1. Defensive Strategie**
Ziel der Absatzpolitik ist es, den Marktanteil zu halten. Bestimmt dieses Verhalten den gesamten Oligopolmarkt, ist nicht mit Wettbewerb auf diesem Teilmarkt zu rechnen („Friedhofsruhe“).
- 2. Offensive Strategie**
Ziel der Absatzpolitik ist es, den Marktanteil zu erhöhen. Eine solche Strategie wird nur derjenige Anbieter auswählen, der sich selbst in einer stärkeren Position sieht (bzw. glaubt zu sehen).

Bei tatsächlich gleichstarken Wettbewerbern führt diese Strategie zum sog. „ruinösen Preiswettbewerb“.

Volker Castor

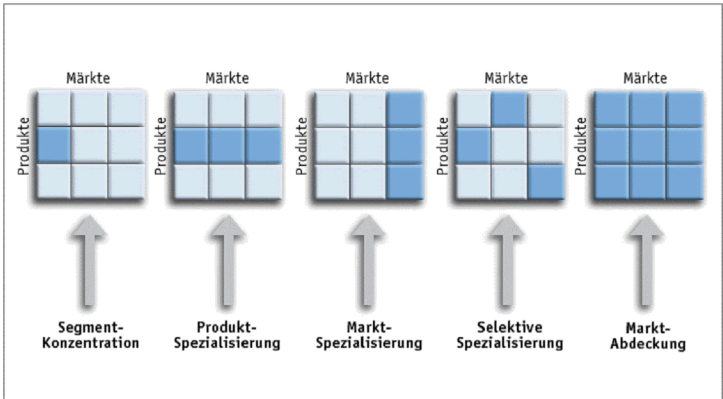


2. Mikroökonomie
Haushaltstheorie
Unternehmens-
theorie
Markt- und
Preistheorie
**Marktverhalten und
Marktstrategien**

Grundlagen der
Volkswirtschaft

126

Marktverhalten und Marktstrategien



Volker Castor



1. Grundbegriffe
2. Mikroökonomie
3. Makroökonomie
4. Wirtschaftspolitik
5. Geldpolitik

Grundlagen der
Volkswirtschaft

Aspekte der Mikroökonomie

- Haushaltstheorie ✓
- Unternehmenstheorie ✓
- Markt- und Preistheorie ✓
- Marktverhalten und Marktstrategien ✓



Volker Castor