

Aufgabenset zu:

- **WAH 2. Märkte und Handel verstehen über Geld nachdenken**
- **WAH 2.2. Die Schülerinnen und Schüler können Prinzipien der Marktwirtschaft aufzeigen**
- **WAH 2.2.b können am Beispiel der Preisbildung das Zusammenspiel von Angebot und Nachfrage beschreiben**
- **WAH 2.2.c können Einflüsse auf die Preisbildung sowie Auswirkungen von Preisveränderungen erklären.**

Inhalt

1. Von der Lehrplankompetenz zum Unterricht	2 - 3
2. Unterrichtsplanung	4 - 5
3. Lehr- und Lernmaterialien	6
4. Lernaufgaben	7 - 11
5. Arbeitsblätter	12 - 14
6. Hintergrundwissen für die Lehrperson	15 - 21

1. Von der Lehrplankompetenz zum Unterricht

WAH.2

Märkte und Handel verstehen - über Geld nachdenken

<p>◀ Vorangehende Kompetenzen: NMG.6.4</p> <p>1. Die Schülerinnen und Schüler können Prinzipien der Marktwirtschaft aufzeigen.</p> <p><i>Prinzipien der Marktwirtschaft</i> Die Schülerinnen und Schüler ...</p>		<p>Querverweise BNE - Wirtschaft und Konsum RZG.3.2.c</p>
<p>WAH.2.1</p>		
<p>3</p>	<p>↓</p>	
<p>a</p>	<p>» können einen einfachen Wirtschaftskreislauf an einem Beispiel konkretisieren (z.B. Pausenkiosk, Hofverkauf, Lebensmittelgeschäft) und das Zusammenspiel von Akteuren auf Märkten darstellen. ■ Einfacher Wirtschaftskreislauf</p>	
<p>b</p>	<p>» können am Beispiel der Preisbildung das Zusammenspiel von Angebot und Nachfrage beschreiben. ■ Angebot und Nachfrage</p>	
<p>c</p>	<p>» können Einflüsse auf die Preisbildung sowie Auswirkungen von Preisveränderungen erklären (z.B. Schwankungen in Produktion und Absatz, Wettbewerb). ■ Preisbildung</p>	
<p>d</p>	<p>» können Einflussmöglichkeiten des Staates auf Märkte an Beispielen erklären (z.B. Steuern, Subventionen, Umweltabgaben). ■ Marktintervention</p>	

Zeitumfang für die gesamte Kompetenz: 4 x 2 Lektionen

Aufgabenset zu 2.1. a (2 Lektionen)

Aufgabenset zu 2.1. b und c (2 x 2 Lektionen)

Aufgabenset zu 2.1. d (2 Lektionen)

Aufgabenset zu 2..1 b und c (vorwiegend für E-Niveau (mittel) ausgearbeitet) (2 x 2 Lektionen)

Kompetenzorientierte Lernziele

b)

Die SuS

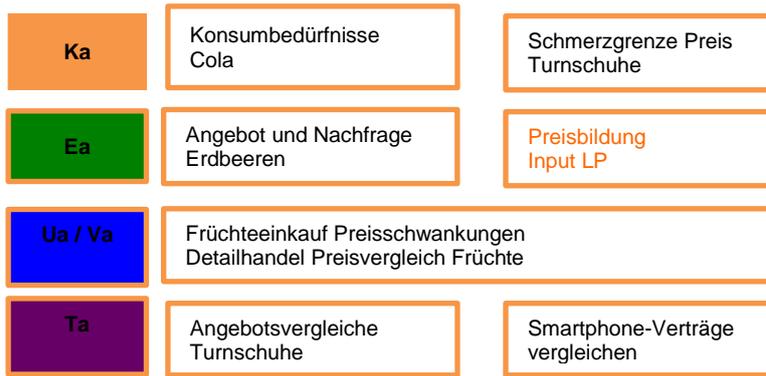
- können ihre Konsumbedürfnisse nennen und Preise vergleichen
- können den Zusammenhang von Angebot und Nachfrage erklären
- können beschreiben, wie die Preisbildung funktioniert
- können die Begriffe Angebot, Nachfrage und Marktpreis erklären
- können die Grafik der Preisbildung lesen und interpretieren (P)
- können die Preisbildung an einem konkreten Beispiel erklären

c)

Die SuS

- können bei einem Über- oder Unterangebot den Einfluss auf den Preis erklären
- können reflektieren und begründen, wo die eigene finanzielle Schmerzgrenze für ein Produkt erreicht ist
- können den Substitutionseffekt aus Sicht eines Konsumierenden an einem Beispiel erklären (P)

Übersicht Aufgabenset



Analyse der Kompetenz

Fachwissen Lehrperson	<ul style="list-style-type: none"> • Angebot und Nachfrage • Preisbildung • Gleichgewichtspreis • Angebotsüberschuss • Substitutionseffekt
Lebensweltbezug der SuS	<ul style="list-style-type: none"> • SuS wollen konsumieren Sie befinden sich im Spannungsfeld zwischen ihren Wünschen und den finanziellen Möglichkeiten • Sie müssen sich zwischen verschiedenen Angeboten entscheiden • Konsumgüter und Dienstleistungen berücksichtigen, die Jugendliche kaufen: Zum Beispiel Schuhe, Taschen, Kleider, Multimediageräte, etc.
Lernprozess Ebene	<ul style="list-style-type: none"> • Angebot und Nachfrage beschreiben • Einflüsse auf Preisbildung und Auswirkungen Preisschwankung beschreiben
Bildungsrelevanz	<ul style="list-style-type: none"> • SuS haben eine hohe Konsummacht • SuS sollen den Zusammenhang zwischen Angebot und Nachfrage verstehen • Sie sollen die Einflüsse auf die Preisbildung erkennen und ihr Kaufverhalten hinterfragen

2. Unterrichtsplanung

Doppelstunde 1

	Aktivitäten Lehrperson		Aktivitäten SchülerInnen	
Zeit	Organisieren, Informieren, Aktivieren	Begleiten	Tätigkeiten, Sozialform, ...	Medien
	Begrüßung Unterrichtsthema bekanntgeben		Plenum	0,5 dl Cola
10'	Konfrontationsaufgabe 1 Situation: Auf dem Tisch steht eine Cola. Was seid ihr bereit zu bezahlen? Wer steigt wann aus?	Diskussion anregen beobachten	handeln und bieten	
5'	Reflexion und Auswertung		PA Was ist geschehen? Was konntet ihr beobachten?	Karten Magnete
10'	Klassenpuzzle Ergebnisse aus der PA auf Karten sammeln und aufhängen Was ist geschehen? Wie kam der Preis für die Cola zustande? Ohne Kommentar	anleiten	Was ziehen die SuS für Schlüsse daraus? Diskussion	Ergebnisse fotografieren und kopiert abgeben
20' (45')	Konfrontationsaufgabe 2 Angebot und Nachfrage Turnschuhkauf	Auftrag erteilen	EA	Turnschuhe
10'	Klasse auf 3 durchnummerieren Fragestellung dazu: Habt ihr gemeinsame Lieblingsprodukte? Habt ihr auch die gleiche Schmerzgrenze was den Preis angeht?	Zeit hüten anleiten	Austausch AB in Gruppen	
20' 15	Angebot und Nachfrage (Wissensaufbau) Erarbeitungsaufgabe 1 Angebot und Nachfrage Erdbeere	Input anleiten begleiten	EA	Erdbeeren Tiptopf Saisonstabelle
5'	Abschluss Film zur Erklärung der Preisbildung			Film
	Hausaufgabe		Grafiken Preisbildung repetieren	

Doppelstunde 2

	Aktivitäten Lehrperson		Aktivitäten SchülerInnen	
Zeit	Organisieren, Informieren, Aktivieren	Begleiten	Tätigkeiten, Sozialform, ...	Medien
	Begrüßung, Unterrichtsthema bekanntgeben		Plenum	
10'	Hausaufgaben Preisbildung	nachfragen	Erklären lassen	Visualizer
20'	Erarbeitungsaufgabe 2 Grafik	informieren Durcharbeiten Anleiten	EA	AB Grafiken
15' (45)	Übungsaufgabe 1 Früchteeinkauf Hausaufgabe Übungsaufgabe 2 Recherche des Preises der Früchte in 3 Läden pro kg	Auftrag erteilen	EA	Früchteeinkauf
15'	Konfrontationsaufgabe 2 / Transferaufgabe 1 Turnschuhe <i>Substitutionseffekt</i>	LP erklärt Begriff	Diskussion	
20'	Transferaufgabe 2 Smartphone Dossier herstellen: Endprodukt Summative Beurteilung	Auftrag erklären mit laufender Formativer Beurteilung	Zuhören, längere Hausaufgabe Selbstbeurteilung	
-10	Hausaufgabe Übungsaufgabe 2 Nächste Lektion			

3. Lehr- und Lernmaterialien

Schriftliche Lernaufgaben

Konfrontationsaufgabe 2	Angebot und Nachfrage Turnschuhkauf
Erarbeitungsaufgabe 1	Angebot und Nachfrage Erdbeeren
Übungsaufgabe 1	Früchteeinkauf
Transferaufgabe 1	Turnschuhe, Substitutionseffekt (ergänzend zu K 2)
Transferaufgabe 2	Smartphone

Unterrichtsmaterial

5 dl Cola Flasche
Foto-Kopie Ergebnisse handeln und bieten
Saisontabelle im Tiptopf
Arbeitsblatt: Angebot-Nachfrage-Preisbildung
Arbeitsblatt Angebot-Nachfrage-Preisbildung Grafiken

Noch zu erarbeiten

Bewertung und Kriterien für Transferaufgabe 2
Lerndokumentation für SuS ganzes Aufgabenset

Medien

www.youtube.com/watch?v=s119UI-FPwU Preisbildung
www.youtube.com/watch?v=FtdQkto0hV4 Wirtschaftskreislauf

4. Lernaufgaben

Aufgaben	2.1 Märkte und Handel verstehen - über Geld nachdenken 2.1. b und c Preisbildung
K2	Neue Sneakers voll im Trend
Ziel	<ul style="list-style-type: none"> • können ihre Konsumbedürfnisse nennen • können reflektieren und begründen, wo die eigene finanzielle Schmerzgrenze für ein Produkt erreicht ist
Aufgabe	<p>Stell dir vor, du gehst in der Stadt shoppen. Du willst neue Turnschuhe oder Sneakers kaufen.</p> <p>Mache dir zum Schuheinkauf Gedanken und beantworte die Fragen in kurzen und vollständigen Sätzen:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Für welche Marke bist du bereit viel Geld auszugeben? Wie viel Geld bist du bereit auszugeben? 2. Wenn dein Wunsch-Turnschuh neu auf den Markt ist, wird dieser vielleicht mit einer Einführungsaktion angeboten. Dies geschieht immer mit dem Vermerk „solange der Vorrat reicht“. Wärsst du auch bereit mehr zu bezahlen, wenn der Preis danach steigt? Begründe 3. Ab welchem Zeitpunkt verzichtest du auf das Produkt? Begründe 4. Hast du eine andere Möglichkeit dir trotzdem tolle und trendige Schuhe zu kaufen, wenn du dir deine Wunsch-Turnschuhe nicht leisten kannst?

Aufgaben	2.1 Märkte und Handel verstehen - über Geld nachdenken 2.1. b und c Preisbildung
E 1	Erdbeeren ein Saisonknüller!
Ziel	<ul style="list-style-type: none"> • können den Zusammenhang von Angebot und Nachfrage erklären • können beschreiben, wie die Preisbildung funktioniert • können die Begriffe Angebot, Nachfrage und Marktpreis erklären
Aufgabe	<p>1.Situation Deine Freunde möchten unbedingt, dass du zu einer Geburtstagsfeier Ende Juni eine Erdbeertorte machst. Seit Anfang Mai regnet es stark und es ist kalt. Eigentlich wolltest du die Erdbeeren beim Bauern auf dem Feld selber holen, aber es hat fast keine Beeren und die Bauern klagen über die schlechte Ernte. Auch im Supermarkt bekommst du fast keine Schweizer Erdbeeren.</p> <p>Stelle anhand einer Grafik dar, wie sich die schlechte Ernte auf das Angebot, die Nachfrage und den Marktpreis auswirkt. Die Grafik muss selbsterklärend sein.</p> <p>2.Situation Deine Freunde möchten unbedingt, dass du zu einer Geburtstagsfeier Ende Juni eine Erdbeertorte machst. Seit Anfang Mai ist es herrlich warm, nachts regnet es manchmal und am Tag ist es sonnig und schön. Überall bieten die Bauern ihre frischen Erdbeeren an grossen Ständen am Strassenrand oder auf ihrem Feld an. Im Supermarkt werden Kistenweise Erdbeeren angeboten.</p> <p>Stelle anhand einer Grafik dar, wie sich die sehr gute Ernte auf das Angebot, die Nachfrage und den Marktpreis auswirkt. Die Grafik muss selbsterklärend sein.</p>

Aufgaben	2.1 Märkte und Handel verstehen - über Geld nachdenken 2.1. b und c Preisbildung
Ü 1	Früchteeinkauf für eine Wähe
Ziel	<ul style="list-style-type: none"> • können den Zusammenhang von Angebot und Nachfrage erklären • können Preise vergleichen
Aufgabe	<p>Du musst für deine Familie eine Fruchtwähe backen. Vergleiche die Früchte und deren Preise, wähle eine Frucht aus und begründe deine Wahl unter Berücksichtigung von Saison, Angebot und Nachfrage.</p> <p>Ich plane die Fruchtwähe im Monat _____ für ___ Personen</p> <p>Entschieden habe ich mich für eine _____, weil</p> <p>Vergleiche bei 3 verschiedenen Anbietern den Preis für die gewählten Früchte. Stelle dein Resultat in einer Tabelle dar.</p> <p>(gleiche Sorte, gleiches Label)</p> <p><i>Auswertung in der nächsten Lektion: SuS präsentieren ihre Tabelle und begründen ihre Wahl</i></p>

Aufgaben	2.1 Märkte und Handel verstehen - über Geld nachdenken 2.1. b und c Preisbildung
T 1	Aus der Traum vom Wunsch-Turnschuh
Ziel	<ul style="list-style-type: none"> • können den Substitutionseffekt aus Sicht eines Konsumierenden an einem Beispiel erklären (P)
Aufgabe	<p>Situation Da deine finanzielle Schmerzgrenze erreicht ist, kannst du den Wunsch-Turnschuh leider nicht kaufen. Du brauchst aber dringend einen Neuen. Welche anderen Möglichkeiten hast du? (ausgenommen ist sich Geld auszuleihen)</p> <p>Auswertung Diskussion</p>

Aufgaben	2.1 Märkte und Handel verstehen - über Geld nachdenken 2.1. b und c Preisbildung
T 2	Mein erstes neues Smartphone!
Ziel	<ul style="list-style-type: none"> • können ihre Konsumbedürfnisse nennen • können den Zusammenhang von Angebot und Nachfrage erklären • können beschreiben, wie die Preisbildung funktioniert • können den Einfluss auf den Preis bei Dienstleistungsanbietern (Vertrag und Gerät) vergleichen und erklären • können reflektieren und begründen, wo die eigene finanzielle Schmerzgrenze für ein Produkt erreicht ist
Aufgabe	<p>Situation Du hast genug gespart und bekommst zusätzlich Geld an deinem Geburtstag, damit du dir ein neues Smartphone kaufen kannst. Du entscheidest dich für ein Smartphone verbunden mit einem Abo.</p> <p>Welchen Anbieter (Auswahl aus 3), welches Abo (unter 26 Jahren) und welches Smartphone (Auswahl aus 3) wählst du und warum?</p> <p>Du darfst direkt bei den Anbietern recherchieren oder im Internet.</p> <p>Erstelle ein kleines Dossier mit allem Material, dass du sammelst:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planung und Vorgehen dokumentieren (z.B. als Tagebuch) • Anforderungen an das Smartphone (Kaufkriterien) • Finanzieller Rahmen (Kauf und Abo) • Vergleich von mind. 3 Anbietern, Abo unter 26 Jahren und 3 Smartphones in einer Tabelle • Begründung des Kaufentscheids und erkläre den Zusammenhang zwischen Angebot, Nachfrage und Preisbildung. • Lege alle deine Notizen dazu. • Erstelle ein Quellenverzeichnis mit allen Links aus dem Internet und allen weiteren Materialien <p>Der Umfang deiner Arbeit umfasst: Tabelle mit Vergleich A4, 2 A4 Seiten Text, zusätzliches Bildmaterial Zwischenhalt am: Abgabe am:</p> <p><i>Bewertungsbogen erstellen</i></p>

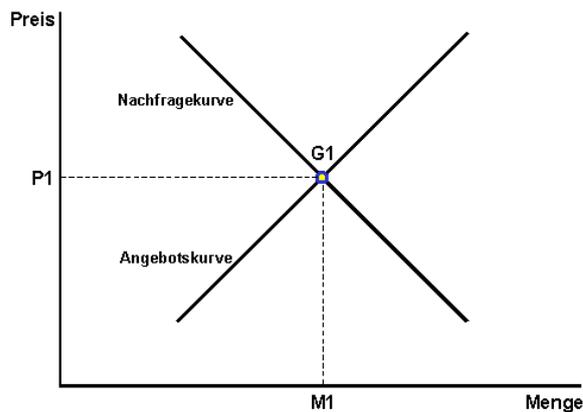
5. Arbeitsblätter

Kompetenzorientierter Unterricht

WAH.2 Märkte und Handel verstehen – über Geld nachdenken:

- **Angebot – Nachfrage – Preisbildung**
- **Angebot – Nachfrage – Gleichgewichtspreis am Beispiel Brot**

Angebot – Nachfrage – Preisbildung



Angebot = Gesamtheit der Güter und Dienstleistungen auf dem Markt

Nachfrage = Der Bedarf an Güter und Dienstleistungen auf dem Markt

**Ein sinkender Preis senkt das Angebot und erhöht die Nachfrage.
Ein steigender Preis erhöht das Angebot und senkt die Nachfrage.**

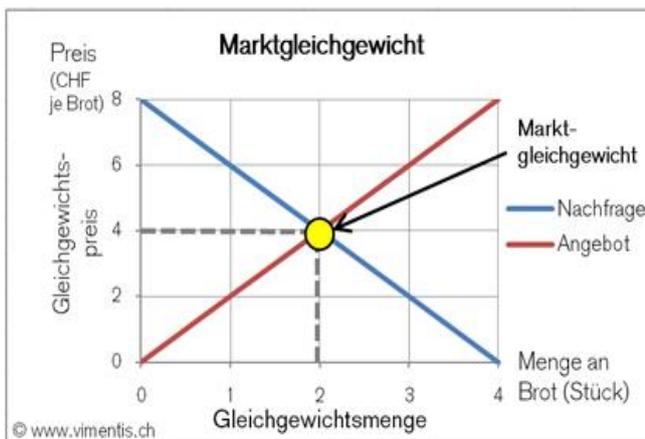
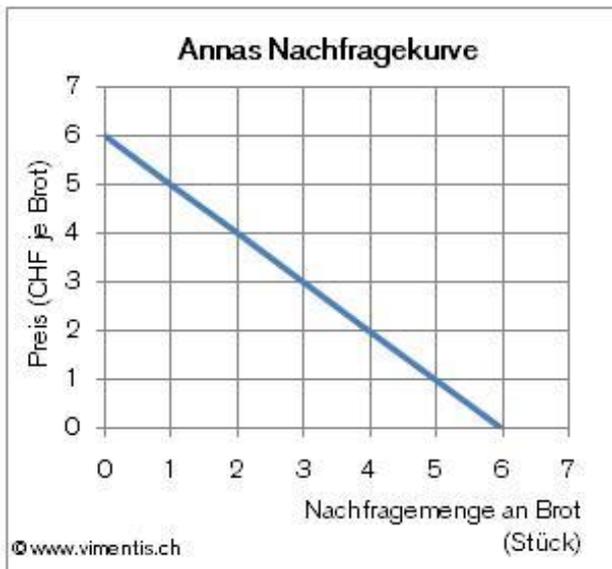
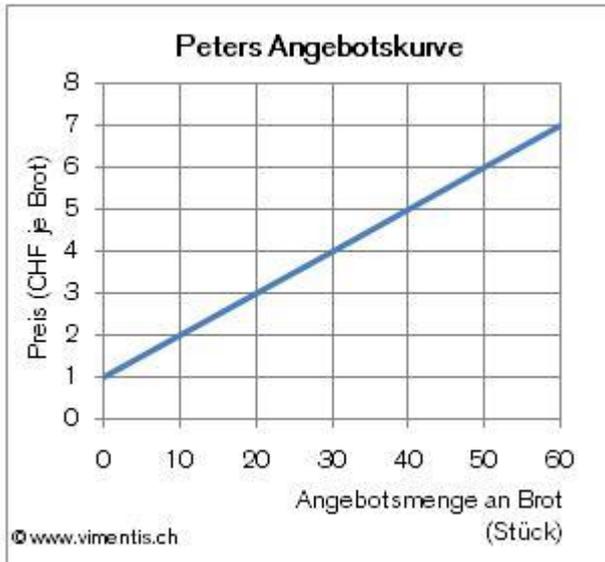
Preisbildung = Steigt das Angebot im Verhältnis zur Nachfrage, dann sinkt der Preis; sinkt das Angebot im Verhältnis zur Nachfrage, dann steigt der Preis.

Gleichgewichtspreis (G1) = Der **Gleichgewichtspreis** ist derjenige Preis, bei dem auf einem Markt eine entsprechende Menge (= Gleichgewichtsmenge) gehandelt wird, wenn sich dieser im Gleichgewicht befindet. Gleichgewicht heisst, es wird zum entsprechenden Preis gleich viel angeboten wie nachgefragt. In dieser Situation spricht man auch von einer vollständigen Markträumung.

Marktpreis = Der Marktpreis entsteht wie auch der Gleichgewichtspreis über das Zusammentreffen von Angebot und Nachfrage. Steigt die Nachfrage gegenüber dem Angebot, so steigt der Preis. Wächst das Angebot gegenüber der Nachfrage so sinkt der Preis. Steigen die erzielbaren Marktpreise für ein Gut, so erhöhen die Unternehmen die Angebotsmenge.

Substitutionseffekt = Zwei Güter sind substitutive Güter, wenn sie beim Konsumenten dasselbe bzw. ein sehr ähnliches Bedürfnis befriedigen und so bis zu einem gewissen Grad austauschbar sind, z.B. Kinobesuch und Theaterbesuch, Kalbfleisch und Rindfleisch, Äpfel und Birnen, etc. Wissenschaftlich korrekt definiert sind zwei Güter dann substitutive Güter (Substitute, Substitutionsgut), wenn ein Preisanstieg des einen Gutes einen Nachfrageanstieg des anderen Gutes auslöst. So entsteht der Substitutionseffekt.

Angebot – Nachfrage – Gleichgewichtspreis am Beispiel Brot



[www.vimentis.ch/d/lexikon; 11.11.2015]

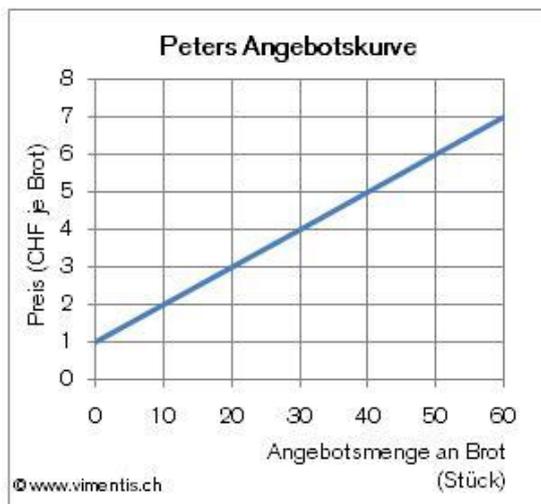
6. Hintergrundwissen für die Lehrperson

6.1 Das Angebot

Als **Angebot** im ökonomischen Sinn wird allgemein die **angebotene Menge eines Gutes** (Produkt, Dienstleistung, Arbeit, Kapital) bezeichnet. Anbieter (Eigentümer, Produzenten oder Hersteller) bieten eine gewisse Menge an Gütern auf einem entsprechenden Markt zu bestimmten Preisen zum Kauf an.

Beeinflusst wird die angebotene Menge vor allem durch:

- den **Preis**: je höher der Marktpreis eines Gutes ist, umso grösser ist die angebotene Menge dieses Gutes (vgl. Angebotskurve).
- die **Produktionskosten**: je höher die Kosten (z.B. Löhne oder Materialkosten) für die Her- bzw. Bereitstellung eines Gutes sind, umso kleiner ist die angebotene Menge dieses Gutes.
- die **Steuern**: durch Steuern erhöht sich der Marktpreis mit den entsprechenden Folgen.
- die **Technologie**: durch technologischen Fortschritt können unter Umständen Produktionskosten gesenkt werden.



Beispiel

Peter hat eine kleine Backstube mit einem kleinen Backofen in dem er verschiedene Produkte wie Brote, Kuchen, Gipfel etc. backen kann. Gemäss der in der Grafik dargestellten Angebotskurve, wird Peter keine Brote backen, wenn er dafür CHF 0.00 oder nur CHF 1.00 bekommen wird. Für CHF 2.00 ist Peter bereit 10 Brote zu backen. Mehr aber nicht, denn es ist für ihn lukrativer seinen kleinen Ofen auch noch dafür zu nutzen, andere Gebäcke herzustellen. Mit steigendem Marktpreis für das Brot wird Peter immer mehr Brot backen und dafür zum Beispiel weniger Kuchen oder Gipfel. Denn am Brot verdient er inzwischen mehr. So bäckt er bei CHF 3.00 20 Brote oder bei CHF 4.00 30 Brote.

Mit zunehmendem Preis wird er den Backofen schliesslich nur noch dazu nutzen Brote zu backen und keine anderen Produkte mehr herstellen. Er wird sogar einen zweiten Ofen kaufen und teure Hilfskräfte einstellen.

Deshalb steigt die Angebotskurve für ein Gut mit zunehmendem Preis an. Denn um noch mehr anbieten oder produzieren zu können, muss auf immer mehr andere Sachen verzichtet werden, womit die Opportunitätskosten steigen.

Opportunitätskosten (selten auch Alternativkosten oder Verzichtskosten) bezeichnen die Kosten, welche bei einer Wahlentscheidung aus dem Verzicht auf eine Alternative entstehen.

Da wir nicht genügend Zeit, Geld etc. haben, um alles zu tun was uns einen Nutzen bringen würde, müssen wir uns entscheiden. Mit dem Entscheid für eine Alternative verzichtet man dementsprechend automatisch auf die anderen Alternativen. Die **Opportunitätskosten** entsprechen dem Nettonutzen der besten Alternative.

Beispiel:

Anna hat zwei Möglichkeiten ihren Sonntag zu gestalten. Entweder kann sie Volkswirtschaftstheorie lernen oder mit ihren Freunden ins Kino gehen. Aus ihrer Entscheidung entstehen jeweils Opportunitätskosten. Wenn sie sich für das Lernen entscheidet, entstehen ihr folgende Opportunitätskosten: Nutzen aus der Erholung und dem Spass mit den Freunden minus die Kosten fürs Kino. Entscheidet sie sich hingegen für das Kino sind die Opportunitätskosten der Nutzen, den sie aus dem Lernen gezogen hätte.

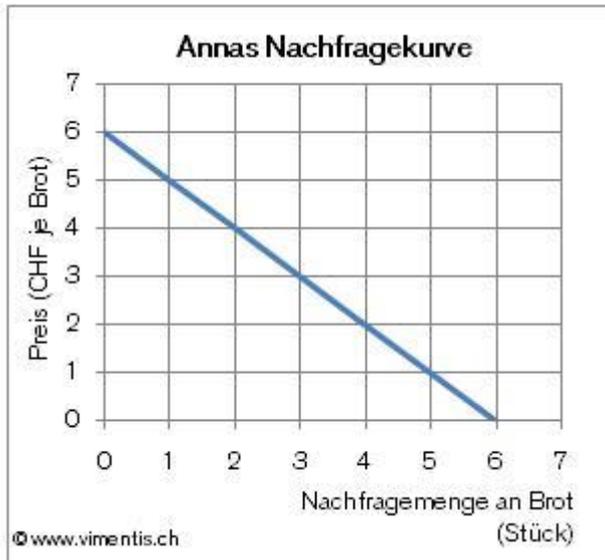
6.2 Die Nachfrage

Als **Nachfrage** im (mikro)ökonomischen Sinn wird allgemein die nachgefragte Menge eines Gutes (Produkt, Dienstleistung, Arbeit, Kapital) bezeichnet. Nachfrager (Käufer, Konsumenten) kaufen eine gewisse Menge an Gütern auf einem entsprechenden Markt zu bestimmten Preisen.

Die **Nachfragekurve** zeigt, wie viel von einem Gut zu welchem Preis nachgefragt (konsumiert) wird. Sie kann sowohl für einen einzelnen Nachfrager / Konsumenten als auch für alle Konsumenten eines Gutes dargestellt werden.

In den meisten Fällen gilt: Je günstiger ein Gut, desto mehr wird vom Gut nachgefragt bzw. gekauft. Je teurer das Produkt ist, desto weniger wird im Normalfall gekauft. Eine Ausnahme stellen so genannte Giffen-Güter dar (siehe 6.7.), bei denen die Nachfrage steigt, wenn das Gut teurer wird und umgekehrt. Dieses Phänomen kann vor allem bei Luxus- bzw. Prestigegütern beobachtet werden.

Formal gesehen entspricht die Nachfragekurve dem Grenznutzen bzw. der Zahlungsbereitschaft des Nachfragers im entsprechenden Punkt. D.h. sie zeigt für jede Menge an wieviel der Nachfrager maximal zu bezahlen bereit ist, um eine weitere Einheit des Gutes zu bekommen.



Beispiel

Die obenstehende Grafik zeigt Annas Brotnachfrage. Bei einem Preis von CHF 6.00 pro Stück ist für Anna das Brot zu teuer, sie kauft überhaupt kein Brot und kauft lieber andere Produkte mit ihrem Geld. Je tiefer der Stückpreis liegt, umso mehr Brote kauft Anna. Wie die Kurve zeigt ist Anna z.B. bereit bei einem Preis von CHF 2.00 4 Brote zu kaufen.

Wie man an der Kurve erkennen kann, wird Anna aber nie mehr als 6 Brote kaufen, auch wenn sie diese geschenkt bekäme. Diese Menge wird Sättigungsmenge genannt. Anna kann ganz einfach nicht mehr Brote brauchen.

Verschiebung der Nachfragekurve:

Eine Verschiebung der Nachfragekurve bedeutet, dass der Nachfrager bei jedem Preis bereit ist eine grössere bzw. kleinere Menge nachzufragen. Verschieben kann sich die Nachfragekurve aus folgenden Gründen:

Einkommensveränderungen: Wenn eine Person mehr verdient wird sie im Normalfall auch eine grössere Menge Güter nachfragen bzw. umgekehrt. D.h. die Nachfrage verschiebt sich nach rechts wenn das Einkommen steigt bzw. nach links wenn es sinkt. Ausnahmen sind inferiore Güter (z.B. Grundnahrungsmittel), bei denen die nachgefragte Menge gerade umgekehrt reagiert.

Preise von Substituten (Substitutionseffekt): Die nachgefragte Menge steigt bzw. die Nachfragekurve, welche günstiger sind. Entsprechend sinkt die nachgefragte Menge bzw. die Nachfragekurve verschiebt sich nach links wenn die entsprechenden Ersatzgüter günstiger werden.

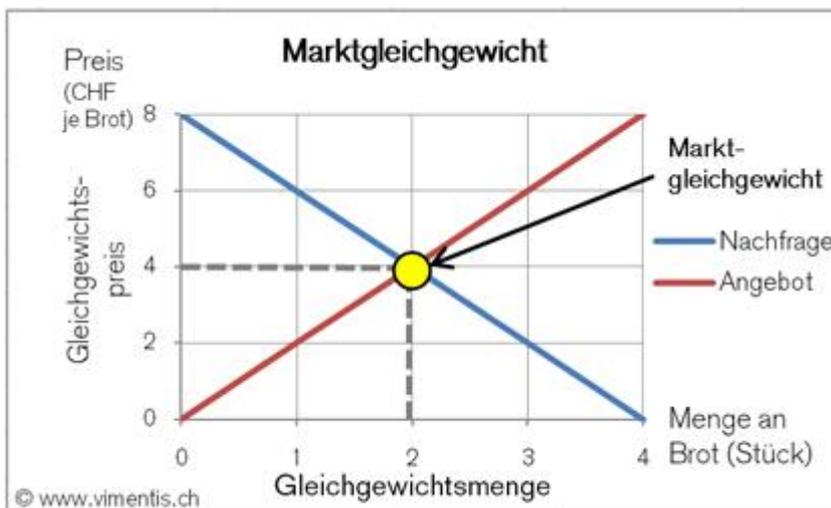
Preise von Komplementen: Wenn komplementäre Güter (z.B. Auto und Benzin, Computer und Software) günstiger werden, so verschiebt sich die Nachfragekurve nach rechts bzw. nach links wenn diese teurer werden.

Nutzeneinschätzung: Natürlich steigt die nachgefragte Menge auch wenn die Nachfrager einem Gut auf einmal einen höheren Nutzen beimessen und umgekehrt.

Zukunftserwartungen: Ebenfalls beeinflusst wird die Lage der Nachfragekurve durch die Erwartungen über die zukünftigen Entwicklungen der erwähnten Faktoren. Wenn die Nachfrager z.B. erwarten, dass ihr Einkommen in Zukunft steigen wird, so werden sie bereits heute mehr kaufen d.h. die Nachfragekurve würde sich nach rechts verschieben.

6.3 Der Gleichgewichtspreis

Der Gleichgewichtspreis ist derjenige Preis, bei dem auf einem Markt eine entsprechende Menge (= Gleichgewichtsmenge) gehandelt wird, wenn sich dieser im Gleichgewicht befindet. Gleichgewicht heisst, es wird zum entsprechenden Preis gleich viel angeboten wie nachgefragt. In dieser Situation spricht man auch von einer vollständigen Markträumung.



Beispiel

Anna, als Vertreterin der Nachfrage, kauft eine unterschiedliche Anzahl Brote, je nachdem, wie teuer ein einzelnes Brot ist. So kauft sie zum Preis von CHF 6.00 pro Brot gerade mal 1 Brot. Kostet ein Brot hingegen nur CHF 4.00, so kauft Anna 2 Brote, für CHF 2.00 pro Brot kauft sie sogar 3 Brote.

Bäcker Peter macht als Anbieter die entgegengesetzte Überlegung. Kann er ein Brot zum Preis von nur gerade CHF 2.00 verkaufen, so ist Peter nur bereit, ein einziges Brot zu backen und zu verkaufen. Bekommt er dagegen CHF 4.00 pro Brot, bäckt und verkauft Peter 2 Brote.

Bei CHF 6.00 pro Brot möchte Peter sogar 3 Brote backen und verkaufen.

Wie findet man nun das **Marktgleichgewicht**?

Man vergleicht bei den verschiedenen Brotpreisen die Anzahl Brote, die Anna bereit ist zu kaufen und Peter zu verkaufen. Bei dem Preis, wo Anna und Peter genau die gleiche Menge Brot kaufen bzw. verkaufen möchten, liegt das **Marktgleichgewicht**. In unserem Fall liegt das Marktgleichgewicht also bei 2 Broten zum Preis von CHF 4.00 pro Brot.

Dabei spricht man bei den 2 Broten von der Gleichgewichtsmenge, und beim Preis von CHF 4.00 pro Brot vom Gleichgewichtspreis.

6.4 Verschiebungen der Angebots- und Nachfragekurve

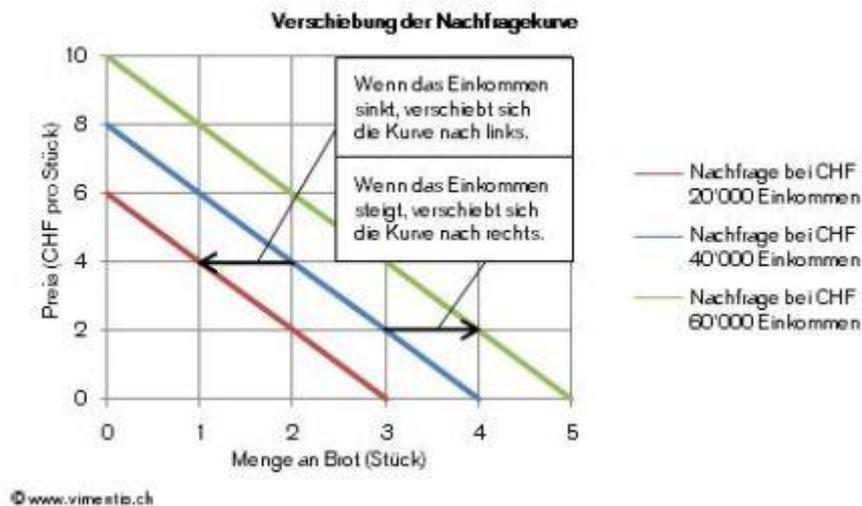
Aus den vorangegangenen Grafiken konnte man ablesen, wie der Preis Angebot und Nachfrage beeinflusst. Je nach Preis wird eine andere Menge an Broten gehandelt. In diesen Beispielen wird davon ausgegangen, dass die Höhe der Nachfrage nur durch den Preis beeinflusst wird und alle anderen Einflussgrößen konstant bleiben (*ceteris paribus*).

Doch was passiert wenn Anna plötzlich mehr verdient?

Beispiel

Nehmen wir an, Anna habe ein Jahreseinkommen von CHF 4000.00. Sinkt der Preis z.B. von CHF 4.00 auf CHF 2.00, so wird sie statt zwei Brote nun drei kaufen. Sie bewegt sich also auf der Nachfragekurve nach oben. Wenn Anna nun mehr verdient, wird sie auch mehr Brote kaufen, weil sie mehr Geld zu Verfügung hat. Die Nachfrage wird also nicht nur durch den Preis beeinflusst, sondern auch durch andere Einflussgrößen wie das Einkommen, persönliche Vorlieben, Anzahl der Käufer etc. Wenn sich eine andere Variable als der Preis verändert, z.B. das Einkommen, so verschiebt sich die Nachfragekurve je nachdem nach rechts oder nach links. Bei einem Einkommen von CHF 4000 kauft Anna bei CHF 4.00 genau 2 Brote. Erhöht sich ihr Einkommen auf CHF 6000, so hat sie mehr Geld zur Verfügung und kann sich nun 3 Brote zu CHF 4.00 leisten. Die Nachfragekurve verschiebt sich also nach rechts. Sinkt ihr Einkommen hingegen auf CHF 2000.00, so kann sie nur noch 1 Brot kaufen. Die Nachfrage nimmt ab und die Nachfragekurve verschiebt sich nach links.

Analoges gilt für die Verschiebung der Angebotskurve.



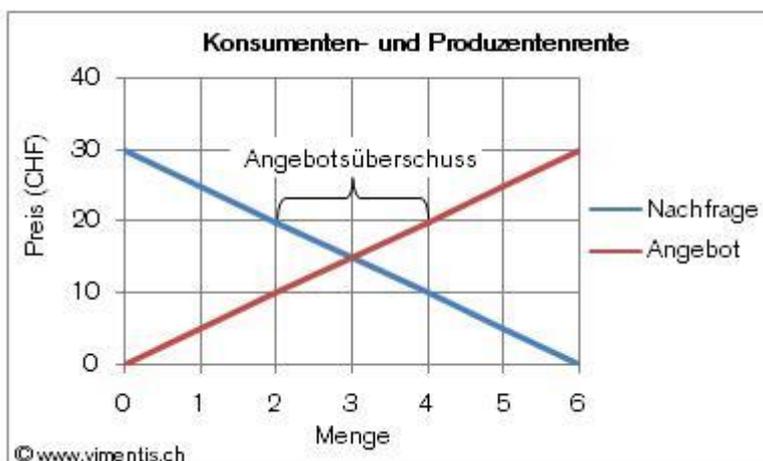
6.5 Angebotsüberschuss

Ein Angebotsüberschuss bedeutet, dass beim momentan herrschenden Marktpreis das Angebot eines bestimmten Gutes grösser ist als die Nachfrage nach diesem. Es werden folglich mehr Güter hergestellt, als am Markt abgesetzt werden können.

Ein Angebotsüberschuss entsteht, wenn der aktuelle Marktpreis über dem Gleichgewichtspreis liegt (siehe Graphik). Aufgrund der erhöhten Lagerbestände bei den Anbietern werden diese den Preis senken. Der Preis wird dabei solange fallen, bis der Gleichgewichtspreis erreicht ist und somit auch das Marktgleichgewicht.

Beispiel

Zum herrschenden Marktpreis von CHF 20.00 pro Buch übersteigt die von den Verkäufern angebotene Menge (4 Bücher) die von den Konsumenten nachgefragte Menge (2 Bücher). Die Anbieter können also zum Preis von CHF 20.00 pro Buch nicht so viele Bücher verkaufen, wie sie möchten, weil die Kunden den Preis einfach als zu hoch empfinden. Folge davon ist, dass sich die Lagerbestände beim Anbieter erhöhen. Um die Lagerbestände zu senken, werden die Anbieter den Preis des Buches senken. Der Preis wird dabei solange fallen, bis er im Marktgleichgewicht ist, d.h. der Gleichgewichtspreis von CHF 15.00 erreicht ist.

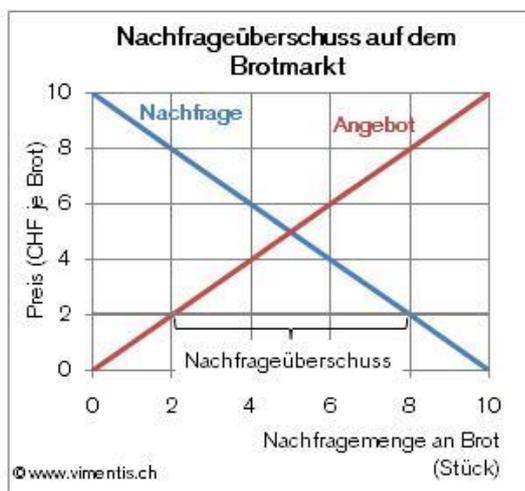


6.6 Nachfrageüberschuss

Einen **Nachfrageüberschuss** (auch als **Nachfrageüberhang** bezeichnet) bedeutet, dass beim momentan herrschenden Preis die Nachfrage nach einem bestimmten Gut grösser ist als das Angebot. Es werden folglich mehr Güter nachgefragt, als die Anbieter zu diesem Preis herstellen bzw. am Markt anbieten.

Ein Nachfrageüberschuss entsteht, wenn der aktuelle Marktpreis unter dem Gleichgewichtspreis liegt (siehe Grafik). Aufgrund der übermässigen Güterknappheit werden die Anbieter den Preis erhöhen, bis der Gleichgewichtspreis wieder erreicht ist und somit auch das Marktgleichgewicht. Kurzfristig können solche Überschussnachfragen auch auf freien Märkten entstehen. Dies z.B. wenn aus irgendeinem Grund die Nachfrage innert kurzer Zeit stark ansteigt oder das Angebot schnell und markant zurück geht. In diesem Fall wird sich die Überschussnachfrage aber über steigende Preise relativ schnell wieder auflösen.

Anders sieht es aus wenn es auf dem Markt bindende Höchstpreise gibt. Dies kann z.B. der Fall sein, wenn der Staat für gewisse Produkte Höchstpreise gesetzlich festlegt. In einer solchen Situation kann der Preismechanismus nicht wirken und die Überschussnachfrage bleibt auch langfristig bestehen.



Beispiel

Beim aktuellen Preis von CHF 2.00 pro Brot übersteigt die von den Kunden nachgefragte Menge (8 Brote) die von den Bäckern angebotene Menge (3 Brote). Die Kunden können also zum Preis von CHF 3.00 nicht die Menge an Broten kaufen, die sie gerne möchten, weil die Bäcker zu diesem Preis einfach nicht so viele Brote anzubieten bereit sind. Es werden in der Folge nur 2 Brote für je CHF 2.00 verkauft.

Wenn möglich werden die Bäcker deshalb den Brotpreis anheben, was zwei Effekte hat. Einerseits bieten die Bäcker bei einem höheren Preis mehr Brote an und andererseits kaufen die Kunden weniger Brote. Der Preis wird also so lange bzw. so weit angehoben, bis wir wieder in einem Marktgleichgewicht (Schnittpunkt der Angebots- und Nachfragekurve) sind und genau gleichviele Brote angeboten wie nachgefragt werden. Dies ist in diesem Beispiel bei einem Preis von CHF 5.00 der Fall. Nicht möglich wäre eine solche Anpassung z.B. dann, wenn der Staat es verbietet einen höheren Preis als CHF 2.00 pro Brot zu verlangen (so genannter staatlicher Höchstpreis).

[www.vimentis.ch/d/lexikon; 11.11.2015]

6.7 Das Giffen-Gut

Das Giffen-Gut ist ein ganz besonderes Gut. Sucht man danach, dann stösst man auch auf das sogenannte Giffen-Paradoxon. Das Giffen-Paradoxon ist schnell erklärt und zeigt auf, warum das Giffen-Gut so besonders ist. Grundsätzlich geht man davon aus, dass wenn der Preis eines beliebigen Gutes steigt, automatisch auch die Nachfrage danach zurückgeht. Beim Giffen-Gut ist dies aber genau umgekehrt. Wenn der Preis bei einem Giffen-Gut steigt, dann steigt auch die Nachfrage und genau das ist das Paradoxe.

Doch was sind nun Giffen-Güter? Ökonomisch handelt es sich bei ihnen um absolut inferiore (wenn die Nachfrage mit steigendem Einkommen abnimmt) Güter, die eine positive Preiselastizität besitzen. Konkret könnte man sagen, dass bei einem normalen Gut der Einkommens- und Substitutionseffekt in dieselbe Richtung (in Richtung einer geringeren Nachfrage bei gestiegenen Preisen) zeigt. Bei einem Giffen-Gut hingegen zeigen sie in verschiedene Richtung und heben sich damit nicht nur auf, sondern der Einkommenseffekt ist stärker als der Substitutionseffekt, sodass es trotz steigender Preise zu einer steigenden Nachfrage kommt.

Am einleuchtendsten wird das Giffen-Paradoxon an einem Beispiel: So beobachtete der namensgebende Robert Giffen, dass die Leute mehr Brot kauften, wenn die Preise stiegen. Warum das? Bevor der Brot-Preis stieg, haben sie neben Brot auch relativ teures Fleisch gekauft. Nach dem Anstieg der Brotpreise hatten sie kein Geld mehr für das zusätzliche Fleisch. So kauften sie nun beispielsweise statt einem Laib Brot und einem Stück Fleisch nach der Preiserhöhung nun zwei Laibe Brot und kein Stück Fleisch. Das teure Fleisch wurde nun durch die zwar teureren, aber im Vergleich zum Fleisch, immer noch günstigeren Brote substituiert.

[www.wirtschafts-lehre.de; 11.11.2015]