Fachdidaktische Hinweise zu Kapitel 3, Lerneinheit 1 „Angebot sucht Nachfrage – Preisbildung auf Märkten“

Einleitende Informationen zum Thema

Angebot und Nachfrage regeln den Preis. Dieser Satz bildet die wohl kürzeste Beschreibung einer freien Marktwirtschaft. Bevor wir darauf näher eingehen, sind jedoch folgende zwei entscheidende Fragen zu klären:

- **Was genau ist ein Markt?**
- **Wovon hängen Angebot und Nachfrage ab?“**

Blättert man in den gängigen Schulbüchern, so wird die Frage **„Wie bildet sich der Preis?“** meist mithilfe des **„Modells des vollkommenen Marktes“** erklärt. In diesem Modell („Am Schnittpunkt der Angebots- und Nachfragekurve bildet sich der Gleichgewichtspreis.“) wird davon ausgegangen, dass Angebot und Nachfrage weitgehend von der Höhe des Preises eines Gutes abhängen.

Ist das Modell des freien vollkommenen Marktes, der zum Gleichgewicht zwischen Angebot und Nachfrage führt, eine solide Basis für Theorien, die Prozesse innerhalb einer Volkswirtschaft tatsächlich erklären können? Mithilfe eines kurzen Exkurses in die **Theorie des Marktes** wird versucht, **erste klärende Antworten** zu geben:

Der Markt kann prinzipiell im Rahmen volkswirtschaftlicher Theorien und Modelle auf einer theoretischen, unter wirtschaftspolitischen Aspekten auf einer normativen und bezugnehmend auf die nationale und internationale sozialökonomische Wirklichkeit auf einer empirisch-analytischen Ebene betrachtet werden.

Nach der Lehre der **Klassischen Ökonomie** erfüllt der Markt, von „unsichtbarer Hand“ (lt. Adam Smith) regiert, die Aufgabe der vollständigen Koordination von Angebot und Nachfrage. Alle Analysen des Marktgeschehens bleiben statisch, indem sie letztlich den Gleichgewichtszustand beschreiben, der sich aufgrund des angenommenen „natürlichen“ Preises jeder Ware ergibt. Folglich ist der Preis für den Produzenten, der im Mittelpunkt der klassischen Theoriebildung steht, eine feste Größe. „Der Wohlstand der Nationen“ (Adam Smith) beruht auf der durch Produktionsvergrößerung ermöglichten Kapitalanhäufung. Der Nutzen aller produzierten Güter für die Konsumenten wird genauso vorausgesetzt, wie die der Güterproduktion in gleicher Höhe gegenüberstehende Gesamtnachfrage.

Erst die **Neoklassiker** beschäftigen sich mit den Bestimmungsgründen der Konsumentennachfrage. Die Einbeziehung der Nachfrageseite bleibt jedoch unvollständig, denn alle Probleme, die sich aus der Höhe des Gesamtvolumens der Nachfrage ergeben, werden aus der Betrachtung ausgeschlossen. Stattdessen wird davon ausgegangen, dass der Preismechanismus zum Ausgleich von Angebot und Nachfrage führt. Zunehmende Vereinfachungen der Neoklassiker vom realen Marktgeschehen führen zu vornehmlich mikroökonomischer statischer Modellbildung.

Die Betrachtung des Gesamtvolumens der Nachfrage aus makroökonomischer Perspektive steht für **Keynes** im Mittelpunkt. Die Unsicherheit der Konsumenten bezüglich ihrer Zukunft führt zu Nachfrageänderungen und diese wiederum zu Schwankungen der privaten Investitionsgüternachfrage, woraus erhebliche Marktungleichgewichte, besonders auch auf dem Arbeitsmarkt, resultieren. Die Instabilität des gesamtwirtschaftlichen Gleichgewichts wird für Keynes selbst zum zentralen Element seiner „General Theory“. In der Weiterentwicklung des Keynesianismus allerdings tritt das instabile Element wieder in den Hintergrund zugunsten der Analyse „stabiler“ Gleichgewichtslösungen.

In neuerer Zeit haben **diverse Autoren** von weniger restriktiven Annahmen ausgehend, dynamische „Ungleichgewichtsmodelle“ zu entwickeln versucht. **Grundsätzlich stellt sich bei diesen Versuchen die Frage, ob es ergiebig ist, zunächst ein sehr wirklichkeitsfernes theoretisches Modell auszuarbeiten, das wesentliche Merkmale existierender Märkte nicht enthält, um dann später diese Merkmale wieder miteinzubeziehen.** Ist es nicht vielmehr ein letztlich auch ideologisch ausgerichteter Versuch, die Überlegenheit eines „freien Marktes“ auf dem sich sozusagen gleich starke Partner treffen und der möglichst wenig vom Staat beeinflusst werden soll, beweisen zu wollen,

© MANZ Verlag Schulbuch GmbH, Wien

obwohl Tendenzen auf in der Wirklichkeit bestehenden Märkten dagegen sprechen.

Auf der **normativen Ebene** wird der Markt im wirtschaftsordnungspolitischen Zusammenhang betrachtet. Inwieweit die festgesetzten Ziele eines Wirtschaftssystems, z. B. das Ziel des Wettbewerbs auf allen Märkten, erreicht werden kann, kann durch empirische Untersuchungen festgestellt werden. Hierbei muss von möglichst exakten tatsachen- und datenbezogenen Informationen über Tendenzen und Prozesse auf Teilmärkten ausgegangen werden.

Quelle: Peters, H., Volkswirtschaftslehre, Lerne zu handeln!, S. 153–154 (stark gekürzt)

Schlussfolgerung:
Vor dem Hintergrund dieser kurz gefassten Ausführungen erscheint es den Autoren dieser Lerneinheit wichtig, den Themenkomplex **„Preisbildung auf den Märkten“** inhaltlich **differenzierter** zu vermitteln bzw. die Frage **„Welche Größen beeinflussen den Preis?“** umfassender zu beantworten.

Fachdidaktische Hinweise für den Unterricht

Einstiegsfragen – Von welchen Größen ist der Preis abhängig?

Mithilfe der **Einstiegsübung Ü 3.1** sollen den Schülerinnen/Schülern mithilfe „lebensnaher“ Fragen – in Anknüpfung an die Methode des entdeckenden Lernens – wichtige Einflussgrößen, die sich auf den Preis auswirken, erstmals vermittelt werden. Ergänzend dazu, könnten auch Fragen, die nicht so leicht zu beantworten sind bzw. die die Querverbindungen zur Betriebswirtschaftslehre aufzeigen, gestellt werden.

Zwei Beispiele:

a) Ein Unternehmen der elektrotechnischen Industrie wirbt mit dem Slogan: *„Da die Nachfrage nach unseren Produkten gestiegen ist, können wir die Preise deutlich senken.“*
Wie lässt sich dieser Satz erklären?

b)

Frisch vom Acker – direkt in die Mülltonne

Die Paprika ist zu klein, der Apfel ungleichmäßig gefärbt und die Orangenschale hat einen Fleck. Also kommt alles in den Müll. So will es die EU. Viele der Lebensmittel, die jedes Jahr auf dem Müll landen, werden schon beim Bauern aussortiert. Mehr als ein Viertel dieser verlorenen Lebensmittel wird laut FAO und dem Schweizer Bundesamt für Landwirtschaft schon bei der Ernte vernichtet. Jede zweite Kartoffel zum Beispiel. Und auch jeder zweite Kopfsalat.

Quelle: www.focus.de/politik/ausland/eu/tid-31467/qualitaetsnormen-fuer-lebensmittel-frisch-vom-acker-direkt-in-die-muelltonne_aid_999731.html, 27.5.2013 (stark gekürzt)

Warum wurde dieses Obst und Gemüse vernichtet? Was halten Sie davon?

Zu 1: Was ist ein Markt und welche Arten von Märkten gibt es?

Die Schüler/innen sollten unbedingt darauf hingewiesen werden, dass es in der wirtschaftlichen Wirklichkeit Millionen unterschiedlicher Märkt gibt (vgl. **„Was ist ein Markt und wie entsteht er?“** [Schülerbuch, S. 82]). Ein erster Versuch einer Systematisierung der Vielzahl von Märkten kann mithilfe der PPT-Folien **„Was ist ein Markt und welche Arten von Märkten gibt es?“** und **„Märkte nach dem Marktgegenstand“** erfolgen.

Hinweis:
Die PowerPoint Präsentation zu dieser Lerneinheit finden Sie im M-BOOK online unter Zusatzmaterialien.

PowerPoint-Folien
Was ist ein Markt und welche Arten von Märkten gibt es? und Märkte nach dem Marktgegenstand

© MANZ Verlag Schulbuch GmbH, Wien

Zu 2: Welche Funktionen erfüllt der Markt?

Die vier zentralen Funktionen von Märkten können mithilfe der PPT-Folie **„Welche Funktionen erfüllt der Markt?“** vermittelt werden.

Zu 3: Wovon hängt der Preis ab? - Überblick

Schritt 1: Im Rückgriff auf die **Einstiegsübung Ü 3.1** könnte gemeinsam mit den Schülerinnen und Schülern – im Rahmen eines Brainstorming – versucht werden, zentrale Größen von denen der Preis abhängig ist zu erfassen.

Schritt 2: Anhand der PPT-Folie **„Wovon hängt der Preis ab?“** und mithilfe des Einsatzes der ergänzenden Karikatur „Fünf Finger – Preisbildung als Marionettenspiel“ (PPT-Folie) werden die wichtigsten Einflussgrößen in strukturierter Form vorgestellt.

Die Schüler/innen sollten aber unbedingt darauf aufmerksam gemacht werden, dass es noch eine Reihe weiterer Einflussgrößen gibt.

Zu 4: Die Wirkung von Angebot und Nachfrage auf den Preis

Es empfiehlt sich, bevor das konkrete Angebot-Nachfrage-Modell vorgestellt wird, im Sinne einer Wiederholung auf das „Denken in Modellen“ einzugehen (siehe Schülerbuch, S. 11), die gerade in der Volkswirtschaftslehre ein wichtiges „Handwerkszeug“ darstellen. Im Sinne eines nochmaligen Einstiegs in die „Welt der Modelle“ könnte auf sehr einfache, anschauliche und bewährte Beispiele (Auto-, Fahrrad- oder Wanderkarte; Modelle aus dem Bereich des Bauwesens) zurückgegriffen werden.

Bei allen genannten Beispielen kann man sehr schön aufzeigen, welche Funktionen das jeweilige Modell hat bzw. für wen es gedacht ist, welche Aspekte im Modell berücksichtigt und welche bewusst vernachlässigt werden. In diesem Zusammenhang sollte auch der Begriff „ceteris paribus“ geklärt werden.

Die Vorstellung des Angebot-Nachfrage-Modells sollte schrittweise erfolgen, wobei sich folgende Schritte bewährt haben:

Schritt 1: Von welchen Faktoren wird die Nachfrage der privaten Haushalte nach Konsumgütern bestimmt? (vgl. PowerPoint-Folie „Von welchen Faktoren ist die Nachfrage abhängig?“)

Die Erarbeitung der wichtigsten nachfolgend angeführten Einflussfaktoren sollte gemeinsam erfolgen.

- **Preis** des Gutes bzw. der Dienstleistung
- **Preise anderer Güter und Dienstleistungen**
- **Verfügbares Einkommen** der Käufer/innen
- **Nutzenschätzungen/Präferenzen** der Käufer/innen

Beispiel – Einkauf von Tomaten im Supermarkt:
Stellen Sie sich vor, Sie betreten die Gemüseabteilung eines Supermarktes mit der Absicht Rispentomaten einzukaufen. Die klassischen Rispentomaten sind mit einem bestimmten Preis etikettiert (Preis des Gutes). Ob Sie dann aber auch tatsächliche die Rispentomaten kaufen, hängt von zahlreichen weiteren Faktoren ab. Sie werden unter anderem folgende Überlegungen anstellen:

- Wie teuer sind die anderen angebotenen Tomatensorten? **(Preis anderer Güter)**
- Welche bzw. wie viele Tomaten kann ich mir überhaupt leisten? **(Einkommen)**
- Habe ich eine andere Sorte, die auch im Angebot ist, geschmacklich lieber als Rispentomaten (z.B. Cocktailtomaten, Ovalis etc.)? **(Präferenz)**

PowerPoint-Folie
Welche Funktionen erfüllt der Markt?

PowerPoint-Folie
Wovon hängt der Preis ab?

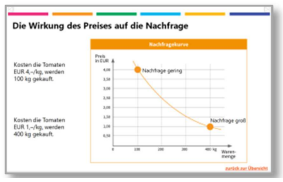
PowerPoint-Folien
Von welchen Faktoren ist die Nachfrage abhängig?

© MANZ Verlag Schulbuch GmbH, Wien

Schritt 2: Wie wirken sich die Veränderungen des Preises auf die Nachfrage aus?

Die Beantwortung dieser Frage kann anhand eines einfachen Beispiels (= Tomaten) mithilfe der PPT-Folie **„Die Wirkung des Preises auf die Nachfrage "** erläutert und die daraus folgende Gesetzmäßigkeit abgeleitet werden (sinkender Preis → steigende Nachfrage; steigender Preis → sinkende Nachfrage).

Wichtiger Hinweis für die Schüler/innen: Die anderen Faktoren wurden in diesem Fall konstant gesetzt (Ceteris-paribus-Annahme).



PowerPoint-Folie
Die Wirkung des Preises auf die Nachfrage

Schritt 3: Von welchen Faktoren wird das Angebot der Unternehmen an Konsumgütern bestimmt? (vgl. PowerPoint-Folie „Von welchen Faktoren ist das Angebot abhängig?")

Die wichtigsten nachfolgend angeführten Einflussfaktoren sollten wiederum gemeinsam in der Klasse erarbeitet werden:

- **Preis** des angebotenen Produktes bzw. der Dienstleistung (inkl. angemessener Gewinn)
- **Kosten** des Produktes bzw. der Dienstleistung (inklusive Steuern)
- Stand der **Technologie**
- **Erwartungen** der Käufer/innen in die zukünftige Entwicklung

PowerPoint-Folie
Von welchen Faktoren ist das Angebot abhängig?

Schritt 4: Wie wirken sich die Veränderungen des Preises auf das Angebot aus?

Das in Schritt 2 eingeführte Beispiel wird nun mithilfe der PPT-Folie **„Die Wirkung des Preises auf das Angebot"** aus der Sicht der Anbieter beleuchtet und die daraus folgende Gesetzmäßigkeit abgeleitet (sinkender Preis → sinkendes Angebot; steigender Preis → steigendes Angebot).

Wichtiger Hinweis für die Schüler/innen: Die anderen Faktoren wurden in diesem Fall konstant gesetzt (Ceteris-paribus-Annahme).

PowerPoint-Folie
Die Wirkung des Preises auf das Angebot

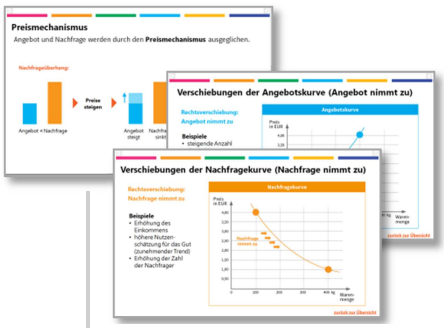
Schritt 5: Zusammenführung der Angebots- und Nachfragekurve

Anhand der PPT-Folie **„Ausgleich von Angebot und Nachfrage am Markt"** werden die Begriffe „Marktgleichgewicht", „Gleichgewichtspreis" und „Gleichgewichtsmenge" geklärt.

PowerPoint-Folie
Ausgleich von Angebot, Nachfrage am Mark

Schritt 6: Einbeziehung weiterer Einflussfaktoren – Verschiebungen der Angebots- und Nachfragekurve

Ändern sich andere Einflussfaktoren als der Preis, so kommt es statt einer Bewegung auf der Nachfrage- und Angebotskurve zu einer Verschiebung der Nachfrage- und Angebotskurve. Mithilfe der PPT-Folien **„Verschiebungen der Nachfragekurve", „Verschiebungen der Angebotskurve"** und **„Zusammenfassung – Grundregel Kurvenverschiebung"** wird das Modell sukzessive um weitere Einflussfaktoren und ihre jeweiligen Auswirkungen erweitert. Nach diesen Erweiterungen sollte das Gesetz von Angebot und Nachfrage mithilfe der PPT-Folien **„Preismechanismus"** sowie **„Marktgleichgewicht bei Zunahme des Angebots"** bzw. **„Marktgleichgewicht bei Abnahme des Angebots** in erweiterter und differenzierter Form erläutert werden.



PowerPoint-Folien
Verschiebungen der Nachfragekurve, Verschiebungen der Angebotskurve und Zusammenfassung – Grundregel Kurvenverschiebung, Preismechanismus

© MANZ Verlag Schulbuch GmbH, Wien

Schritt 7: Wo liegen die Grenzen des Angebot-Nachfrage-Modells?
Den Schülerinnen/Schülern muss unbedingt vermittelt werden, dass das Angebot-Nachfrage-Modell auf einer Reihe von Annahmen aufbaut (siehe PPT-Folie **„Grenzen des Angebot-Nachfrage-Modells“),** die in der wirtschaftlichen Wirklichkeit oft nicht gegeben sind.

Ergänzend dazu sollte den Schülerinnen/ Schülern vermittelt werden, dass der Preismechanismus ein Diktat der Gegenwart über die Zukunft darstellt (siehe Schülerbuch, S. 89).

PowerPoint-Folie
Grenzen des Angebot-Nachfrage-Modells

Zu 5: Kosten beeinflussen die Preise

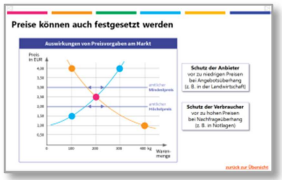
Ein Unternehmen kann langfristig nicht unter den Selbstkosten verkaufen. So sind aufmerksamen Fernsehzuschauern Bilder vertraut, wo Obst, Gemüse … in riesigen Mengen vernichtet wurden. Die Erklärung ist relativ einfach: Da die angebotenen (geernteten) Mengen an Obst und Gemüse größer waren als die nachgefragten Mengen, kam es zu einem Preisverfall bei den einzelnen Produkten. Um den Preis nicht noch weiter sinken zu lassen (Preis fällt unter die Selbstkosten; die Bauern können nur mehr mit Verlust verkaufen), wurden große Mengen vernichtet. Das Angebot wurde dadurch gesenkt und die Preise stabilisiert. Bedenkt man, dass dieser Vorgang (künstliche Verknappung des Angebots durch die Vernichtung der Überschüsse) kein Einzelfall ist und dass es auf der anderen Seite genügend Menschen gibt, die sich kein Obst bzw. Gemüse leisten können, dann erscheint diese Lösung von Marktungleichgewichten mehr als bedenklich.

Die Begriffe „Einzel- und Gemeinkosten“, „fixe und variable Kosten“, „Voll- und Grenzkosten“ sind bereits aus den Unterrichtsfächern „Betriebswirtschaft“ und „Unternehmensrechnung“ bekannt und müssen nicht mehr im Detail erläutert, sondern nur wiederholt werden. Idealerweise könnte die Berechnung des Preises auf Basis der Voll- und der Grenzkostenrechnung – am besten im Rahmen eines Fallbeispiels – nochmals veranschaulicht werden. Besonders wichtig ist es, die jeweiligen Reichweiten und Grenzen der beiden Ansätze (Voll- und Grenzkostenrechnung) aufzuzeigen.

PowerPoint-Folie
Kosten beeinflussen die Preise

Zu 6: Preise können auch festgesetzt werden

Anhand der PPT-Folie **„Festsetzung von Preisen“** und realer Beispiele, wie z. B. Mietpreisbindung und Agrarpolitik der EU (siehe Lehrbuch, S. 90–91) sollten die Hintergründe und die positiven und negativen Auswirkungen staatlich garantierter Mindestpreise bzw. festgesetzter Höchstpreise im Unterricht besprochen werden. Ergänzend dazu könnten gesetzliche Regelungen im Hinblick auf die Festsetzung von Preisen (z. B. Österreich – gültiges, aber derzeit kaum angewendetes Preisgesetz) kurz vorgestellt werden.



PowerPoint-Folie
Festsetzung von Preisen

Zu 7: Die Elastizität der Nachfrage und des Angebots bestimmt die Preise

Mithilfe der PPT-Folien **„Preiselastizität – Was ist das?“, „Preiselastizität der Nachfrage“** und **„Berechnung der Elastizität“** könnten die Grundzüge vermittelt werden.

Zur Veranschaulichung der Bedeutung der „Preiselastizität“ könnte als Abschluss – im Sinne eines fächerübergreifenden Ansatzes (Betriebswirtschaft) – ein Beispiel zur „nachfrageorientierten Preispolitik“ vorgestellt bzw. berechnet werden. Bei der nachfrageorientierten Preispolitik werden die Preise bei hoher Nachfrage erhöht und bei sinkender Nachfrage vermindert. Ob eine solche Preispolitik aber Erfolg hat, hängt von der so genannten „Preiselastizität der Nachfrage“ ab. Bei elastischer Nachfrage sind die prozentuellen Änderungen der Absatzmenge größer als die prozentuelle Preisänderung. Eine Preissenkung bewirkt daher eine (wertmäßige) Umsatzsteigerung.

PowerPoint-Folien
Preiselastizität – Was ist das?, Preiselastizität der Nachfrage, Berechnung der Elastizität

© MANZ Verlag Schulbuch GmbH, Wien

Zu 8: Marktform und Marktverhalten beeinflussen die Preise

Je weniger Anbieter einen Markt beherrschen, desto größer wird die Gefahr, dass überhöhte Preise verlangt werden. Dieser Zusammenhang sollte den Schülerinnen und Schülern anhand weiterer – gezielt ausgewählter aktueller – Beispiele veranschaulicht werden.

Mithilfe der PPT-Folie **„Marktform und Marktverhalten beeinflussen die Preise“** kann ein erster Überblick über die unterschiedlichen Marktformen gegeben werden.

Der Hinweis auf den hohen Stellenwert der „Wettbewerbspolitik in der EU“ bietet sich als Abschluss dieses Punktes an und leitet über zur Lerneinheit **„Wettbewerbspolitik in Österreich und der EU“.**

PowerPoint-Folie
Marktform und Marktverhalten beeinflussen die Preise

Zu 9: Welche Funktionen hat der Preis?

Welche Funktionen bzw. Aufgaben Preise in der Marktwirtschaft haben, kann mithilfe der PPT-Folie **„Funktionen des Preises“** erläutert werden.

PowerPoint-Folie
Funktionen des Preises

Zusammenfassende Anmerkung – Grenzen des „Angebot-Nachfrage-Modells“

Die Schüler/innen sollten als Abschluss dieser Lerneinheit unbedingt darauf aufmerksam gemacht werden, dass das „Angebot-Nachfrage-Modell“ aus einer Reihe von Gründen (!) nur sehr eingeschränkt die Preisbildung erklären kann (siehe Lehrbuch, S. 94).

© MANZ Verlag Schulbuch GmbH, Wien