

## 1.4 Markt und Preisbildung

### Der Markt

Als Markt im wirtschaftlichen Sinn bezeichnet man den Ort und jede Situation, in der Güter getauscht werden oder ein Gütertausch angebahnt wird (so ist z. B. auch ein Telefongespräch, bei dem Güter angeboten bzw. nachgefragt werden, ein Markt). Das bedeutet, für einen Markt ist ganz entscheidend das Zusammentreffen von Angebot und Nachfrage. Dadurch bildet sich der (Markt-)Preis für dieses Gut.

### Marktfunktionen

In einem marktwirtschaftlichen System besitzt der Markt ganz bestimmte Funktionen, mit deren Hilfe auch die Frage „WAS wird WIE für WEN produziert“ beantwortet wird.

#### Übersicht 5: Marktfunktionen

<b>Versorgungsfunktion</b>	Der Markt soll eine optimale Versorgung der Bevölkerung gewährleisten.
<b>Koordinationsfunktion</b>	Mit Hilfe des Marktmechanismus soll ein Ausgleich zwischen Angebot und Nachfrage gefunden werden.
<b>Preisbildungsfunktion</b>	Durch relative Größe von Angebot und Nachfrage bildet sich auch der Preis des Tauschgegenstandes. Der Preis spiegelt somit die Knappheit eines Gutes wider (vgl. dazu S. 18 ff.)
<b>Distributionsfunktion</b>	Der Markt regelt auch die Verteilung (Distribution) der Güter. Das Angebot wird in Abhängigkeit von Kaufkraft und Präferenzen auf Wirtschaftssubjekte verteilt.

Quelle: eigene Darstellung

## Marktarten

Bisher wurde immer nur von dem „Markt“ gesprochen. Schaut man aber genauer hin, dann existieren in einer arbeitsteiligen Wirtschaft eine Vielzahl unterschiedlicher Märkte. So kennen wir auch im Alltag und somit im alltäglichen Sprachgebrauch eine Differenzierung der Märkte:

- nach einem zeitlichen Faktor: Weihnachtsmarkt, Wochenmarkt, Maimarkt etc.
- nach den gehandelten Gütern: Baumarkt, Fischmarkt, Blumenmarkt etc.
- nach anderen Aspekten: Großmarkt, Flohmarkt, Supermarkt etc.

Auch die Volkswirtschaft kennt eine entsprechende Differenzierung, die sich allerdings auf den wirtschaftlich bedeutsamen Marktgegenstand bezieht. Dabei werden Marktarten häufig mit Marktformen verwechselt.

### Übersicht 6: Marktarten

Gegenstand	Marktart
Güter	<b>Gütermärkte</b> Hier geht es um Sachgüter und Dienstleistungen. Häufig spricht man auch von Produktmärkten.
Produktionsfaktoren	<b>Faktormärkte</b> Hier geht es um die Produktionsfaktoren. Der wichtigste Faktormarkt ist der Arbeitsmarkt.
Geld/Kredit	<b>Geld- und Kapitalmarkt</b> Hier geht es um Geldkapital. Am Geldmarkt im engeren Sinn treten nur Zentralbank, Geschäftsbanken und große Wirtschaftsunternehmen auf. Gehandelt werden u.a. Bargeld und Wertpapiere mit kurzen Laufzeiten. Am Kapitalmarkt dagegen geht es um langfristige Kredite und Anlagen.

Quelle: eigene Darstellung

## **Vollkommener und unvollkommener Markt**

Ein weiteres Unterscheidungskriterium der Märkte bezieht sich auf die qualitative Beschaffenheit. Man spricht hier dann von vollkommenen und unvollkommenen Märkten.

Ein vollkommener Markt muss ganz bestimmte Bedingungen erfüllen:

### **a. Homogenität der Güter**

Das gehandelte Gut muss sachlich gleichartig (homogen) sein. Dies ist dann gegeben, wenn im Urteil der Nachfrager das Gut weder in Qualität noch in Aufmachung oder Verpackung unterscheidet.

### **b. Markttransparenz**

Jeder Marktteilnehmer kennt alle Preisforderungen und Gebote der anderen Marktseite, d.h. alle Marktteilnehmer verfügen über alle Informationen des Marktgeschehens.

### **c. Keine räumliche Differenzierung**

Käufer und Verkäufer befinden sich z. B. am selben Ort.

### **d. Keine zeitlichen Differenzierungen**

Es gibt z. B. keine unterschiedlichen Lieferfristen, gleich schnelle Bedienung.

### **e. Keine persönlichen Differenzierungen**

Verkäufer und Käufer dürfen keine „persönlichen“ Vorlieben haben (z. B. besondere Sympathie für einen Marktteilnehmer) und deshalb bereit sein einen höheren Preis zu bezahlen.

Sollte eine dieser Bedingungen nicht erfüllt sein, spricht man von einem unvollkommenen Markt. Schaut man sich die Realität an, dann haben wir in der Regel grundsätzlich unvollkommene Märkte. Eine Ausnahme bildet hier die Börse (siehe dazu Kap. 4.2, S. 129 ff.).

## Marktformen

Ein weiteres Kriterium Märkte zu unterscheiden ist die Anzahl der Marktteilnehmer. Grundsätzlich werden sowohl auf der Anbieter- als auch auf der Nachfragerseite drei Grundformen des Marktes unterschieden:

### Viele – Wenige – Einer

**Polypol** = Ein Gut wird von vielen Anbietern (mit geringen Marktanteilen) angeboten.

**Oligopol** = Ein Gut wird von wenigen Anbietern (mit großen Marktanteilen) angeboten.

**Monopol** = Ein Gut wird nur von einem Anbieter angeboten.

Nimmt man nun die Nachfragerseite mit hinzu, ergeben sich weitere Konstellationen

### Übersicht 7: Monopol/Oligopol/Polypol

Nachfrager Anbieter	einer	wenige	viele
einer	<b>zweiseitiges Monopol</b> (z. B. Markt für spezielle Sonderanfertigungen)	<b>beschränktes Angebotsmonopol</b> (z. B. Markt für spezielle technische Geräte)	<b>Angebotsmonopol</b> (z. B. Zustellung von Briefen)
wenige	<b>beschränktes Nachfragemonopol</b> (z. B. Markt für Rüstungsgüter)	<b>zweiseitiges Oligopol</b> (z. B. Markt für Flugzeuge)	<b>Angebotsoligopol</b> (z. B. Markt für Kraftstoffe)
viele	<b>Nachfragemonopol</b> (z. B. öffentlicher Straßenbau)	<b>Nachfrageoligopol</b> (z. B. Markt für Obstverwertung)	<b>zweiseitiges Polypol</b> (z. B. Markt für Lebensmittel)

Quelle: eigene Darstellung

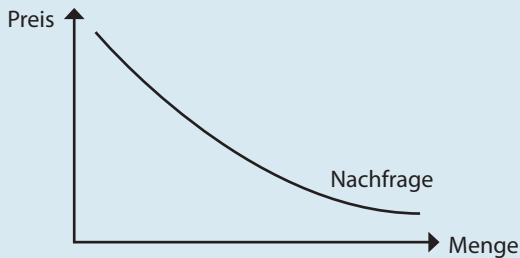
Eine weitere Unterscheidung könnte nun auch noch im Zusammenhang mit vollkommenen und unvollkommenen Märkten vorgenommen werden.

## Preisbildung am Markt

Auf einem Wochenmarkt gibt es viele Nachfrager und viele Anbieter. Der Nachfrager = Käufer verhält sich normalerweise so, dass er bei einem hohen Preis weniger kaufen will als bei einem niedrigen Preis und dass seine Bereitschaft zu kaufen bei steigendem Preis eines Gutes sinkt, während sie mit sinkendem Preis zunimmt. Für die Gesamtnachfrage auf dem Markt müssen die Mengen der einzelnen Käufer addiert werden.

Daraus ergibt sich folgendes Bild für die Nachfrage:

**Abbildung 1: Die Nachfrage**



Quelle: eigene Darstellung

### „Gesetz“ der Nachfrage

Mit steigendem Preis eines Gutes sinkt die Nachfrage nach dem Gut. Mit sinkendem Preis eines Gutes steigt die Nachfrage nach dem Gut.

Der **Anbieter = Verkäufer** verhält sich genau umgekehrt wie der Käufer, da er gegensätzliche Interessen hat. Er wird eine größere Menge bei steigenden Preisen anbieten, um seinen Gewinn zu steigern. Bei niedrigen oder sinkenden Preisen wird er jedoch weniger verkaufen wollen. Manche Verkäufer sind schließlich überhaupt nicht mehr bereit, zu einem sehr niedrigen Preis zu verkaufen.