

Kapitel 4 – Marktkräfte von Angebot und Nachfrage

Übersicht

- Lernen, was ein Konkurrenzmarkt ist
- Die Bestimmung der Nachfrage nach einem Gut auf dem Konkurrenzmarkt prüfen
- Die Bestimmung des Angebots auf dem Konkurrenzmarkt nachvollziehen
- Klären, wie Angebot und Nachfrage zusammen den Preis eines Gutes und die verkaufte Menge bestimmen,
- die Schlüsselrolle der Preise bei der Zuteilung knapper Ressourcen in Marktwirtschaften verstehen lernen

Angebot und Nachfrage

- sind die Triebkräfte für das Funktionieren einer Marktwirtschaft
- sie bestimmen die produzierte Menge eines jeden Gutes und den Marktpreis und die Preise die Zuteilung knapper Ressourcen

Auswirkungen auf den Markt

Will man die Auswirkungen irgendeines Ereignisses oder einer wirtschaftspolitischen Massnahme auf die VW wissen will, muss man zuerst darüber nachdenken, wovon Angebot und Nachfrage beeinflusst werden.

Märkte und Wettbewerb

Markt: Gruppen potentieller Käufer und Verkäufer einer bestimmten Ware oder DL

Wettbewerbsmärkte

Hochgradig organisiert /z.B. Landwirtschaft od. Wertpapierbörsen

Meistens aber Märkte wenig od. gar nicht organisiert (z.B. Eisverkäufer in verschied. Geschäften u. zumeist mit unterschiedlichen Produkten). Jeder Anbieter stellt ein Preisschild auf und jeder Nachfrager entscheidet sich, ob und wieviel er in diesem Geschäft kauft. Obwohl nicht organisiert, bilden die Gruppen der Nachfrager und Anbieter von Speiseeis einen Markt.

Marktpreis und Mengen werden nicht von einem einzelnen Verkäufer od. Käufer bestimmt. Vielmehr ergeben sich die umgesetzten Mengen und der Marktpreis durch alle Marktteilnehmer und ihr Zusammenwirken im Markt. Dieses Verhalten wir als Wettbewerbs- od. Konkurrenzmarkt bezeichnet.

Wettbewerbs- od. Konkurrenzmarkt:

Ein Markt mit sehr vielen Anbietern und Nachfragern, so dass der einzelne einen verschwindend kleinen und ihm selbst unbekanntem Einfluss auf den Marktpreis hat (z.B. kein Speiseeisverkäufer kann Preis bestimmen).

Konkurrenz

Vollständige Konkurrenz (perfect competition oder auch Polypol auf dem vollkommenen Markt). Zwei Umstände entscheidend: die angebotenen Güter sind gleich, die Anbieter u. Nachfrager sind zahlreich und deshalb als einzelne strategieunfähig (Polypol). Weil Anbieter u. Nachfrager den gegebenen Marktpreis akzeptieren müssen, bezeichnet man sie als Mengenanpasser od. price taker (z.B. Weizenmarkt USA).

Die meisten Märkte sind jedoch nicht vollkommen, selbst bei zahlreichen Marktteilnehmern keine vollständige Konkurrenz: keine gleichartigen Güter und damit oft persönliche, räumliche u. zeitliche Unterschiede bei Angebot u. Nachfrage sowie fehlende Marktübersicht der Anbieter und Nachfrager.

Einige Märkte haben nur einen einzigen Anbieter: Monopol, somit kein Wettbewerb

Recht häufig Märkte mit einigen wenigen Anbieter und vielen Nachfragern: Oligopol (z.B. Fluggesellschaft).

Grosse Bedeutung hat die Marktform monopolistische Konkurrenz: Viele Anbieter (u. Nachfrager), doch Güter sind nicht vollständig gleichartig im Angebot, dadurch entsteht gewisser Spielraum für Preissetzung (z.B. HW / SW im PC-Bereich).

Nachfrage

- Wodurch wird die nachgefragte Menge eines bestimmten Gutes bestimmt?
- welche Gütermenge wollen die Nachfrager kaufen und welche können sie bezahlen?

Bestimmungsgründe der individuellen Nachfrage

Gesetz der Nachfrage

Bei sonst unveränderten Randbedingungen (*ceteris paribus*) sinkt die nachgefragte Menge eines Gutes bei steigendem Preis des Gutes (Nachfragemenge negativ vom Preis abhängig).

Normales Gut

Bei sonst unveränderten Randbedingungen steigt die Nachfrage bei steigendem Einkommen (z.B. Eis).

Inferiores Gut

Bei sonst unveränderten Randbedingungen sinkt die nachgefragte Menge – vereinzelt – bei steigendem Einkommen (z.B. anstatt Margarine Butter)

Substitute, substitutive Güter

Zwei Güter, bei denen der Preisanstieg des einen Gutes einen Nachfrageanstieg des anderen Gutes auslöst bzw. Preisrückgang bei einem Gut führt zu Nachfragerückgang beim anderen Gut.

Komplemente, komplementäre Güter

Zwei Güter, bei denen der Preisanstieg des einen Gutes einen Nachfragerückgang (auch) des anderen Gutes bewirkt (z.B. Automobile u. Benzin).

Bestimmungsgründe für Nachfrage: Vorlieben, Geschmack (welche Geschmacksveränderung löst was aus?) od. Präferenzen und die Erwartungen für die Zukunft (z.B. Erwartung mehr Lohn, führt zu Mehrausgaben).

Nachfrageplan und Nachfragekurve

Viele Variablen (Bestimmungsgründe) beeinflussen die Nachfrage. Um einen Nachfrageplan od. -kurve zu erstellen gehen wir davon aus, dass alle Variablen ausser Preis konstant bleiben. Dies damit die empirische Gültigkeit einer Kurve gewährleistet ist. Ökonomen gebrauchen den Ausdruck „*ceteris paribus*“:

lateinische Ausdruck für „andere Dinge gleichbleibend“ wird als Erinnerung daran verwendet, dass alle anderen als die gerade untersuchten Variablen annahmegemäss konstant bleiben.

Nachfrageplan, -tabelle (auch Nachfrage-Fahrplan)

Eine Tabelle für die zusammengehörigen Wertepaare *Güterpreis und Nachfragemenge*

(Nachfragefahrplan: wenn man bei einem bestimmten Preis „abfährt“, kommt man bei einer gewissen Menge „an“)

Preis von Gut (z.B. Eiskugeln)	Nachfragemenge (Anzahl Kugeln)
0.00	12
0.5	10
Etc.	

Nachfragekurve

Eine Graph für die Zuordnung von Güterpreisen und Nachfragemengen. Die Kurve zeigt, was bei Preisänderungen mit der nachgefragten Menge geschieht, wobei man alle anderen Einflussgrößen auf die Nachfrage konstant hält.

Die fallende Linie (weil ein niedriger Preis die nachgefragte Menge ansteigen lässt, fällt die Kurve) funktional verbundener Preise und Mengen nennt man Nachfragekurve (Preise auf vertikaler Achse).

Sättigungsmenge: Mengen-Obergrenze der Nachfrage

Prohibitivpreis: Preis- bei dem ein Gut nicht mehr gekauft wird

Marktnachfrage: Summe aller individuellen Nachfragemengen nach Waren u. DL

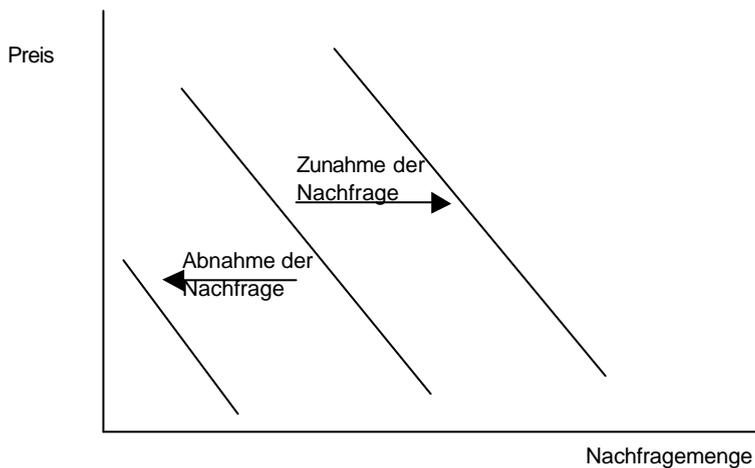
Weil die Gesamt- od. Marktnachfrage von den Einzelnachfragen abgeleitet wird, bestimmend die Einflussgrößen der Einzelnachfrage auch die Gesamtnachfrage. Auf diese Weise wird die insgesamt nachgefragte Menge eines Gutes nicht nur vom Preis dieses Gutes, sondern auch von Einkommen der einzelnen Nachfrager, von ihren Vorlieben und Bedürfnissen, von ihren Erwartungen sowie von den Preisen der bei den einzelnen Nachfragern relevanten sonstigen Güter beeinflusst.

Verschiebung der Nachfragekurve

Sobald sich andere Einflussgrößen auf die Nachfrage als der Preis des Gutes ändern, kommt es zu Kurvenverschiebungen.

Bestimmungsgrößen der Nachfrage

Variablen mit Einfluss auf die Nachfragemenge	Eine Veränderung dieser Variablen...
Preis	Ergibt eine Bewegung auf der Nachfragekurve
Einkommen	Verschiebt die Nachfragekurve
Preise verwandter Güter	Verschiebt die Nachfragekurve
Vorlieben, Geschmack	Verschiebt die Nachfragekurve
Erwartungen	Verschiebt die Nachfragekurve
Anzahl der Käufer	Verschiebt die Nachfragekurve



Angebot

Die angebotene Menge einer Ware od. DL ist was die Unternehmer zu einem bestimmten Preis verkaufen wollen und können.

Bestimmungsgründe des individuellen Angebots

Gesetz des Angebots

Bei sonst unveränderten Randbedingungen steigt die angebotene Menge eines Gutes bei steigendem Preis des Gutes (die Angebotsmenge ist positiv vom Preis abhängig).
Unterschreitet der vom Markt gegebene Preis die Gewinnschwelle, so wird nicht mehr angeboten, evtl. sogar Marktrückzug.

Input-Preise

Um ein Gut zu produzieren benötigt man verschiedene Inputs od. Faktoreinsätze (z.B. Rohmaterial).
Wenn die Einkaufspreise für die Inputs steigen, drückt dies ebenso auf den Gewinn wie ein Rückgang der Verkaufspreise. Die produzierte und angebotene Menge eines Gutes ist negativ mit den Inputpreisen verknüpft.

Technologie

Weitere Einflussgröße der Angebotsmenge (nötig für Umwandlung Input zu Produkt).
Technologischer Fortschritt senkt die Produktionskosten und erhöht – ceteris paribus – die angebotene Gütermenge.

Erwartungen

Wird z.B. in naher Zukunft ein kräftiger Anstieg des Marktpreises erwartet, wird man ein Teil der Produktion einlagern und nicht sofort anbieten.

Angebotsplan, -tabelle

Eine Tabelle für die zusammengehörigen Wertepaare *Güterpreis und Angebotsmenge*

Angebotskurve

Eine Graph für die Zuordnung von Güterpreisen und Angebotsmengen.

Marktangebot und individuelles Angebot

Die Summe der individuellen Angebote ist jeweils das Marktangebot.

Die auf einem Markt angebotene Menge hängt von all jenen Faktoren ab, die das individuelle Angebotsverhalten bestimmen:

- Marktpreis des Gutes
- Einkaufspreise der Inputs od. Einsätze an Produktionsfaktoren
- verfügbare Technologie und Erwartungen.

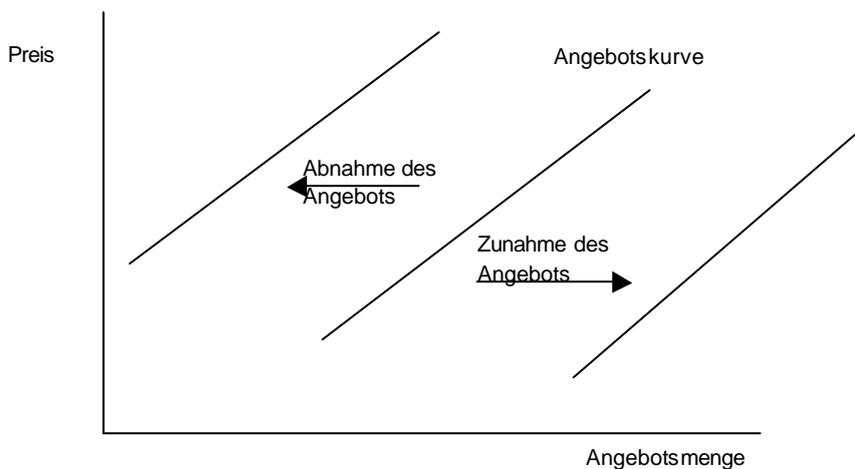
Zusätzlich zu diesen Faktoren hängt das Marktangebot von der Anzahl der Einzelanbieter ab (weniger Einzelanbieter gleich Angebotsrückgang).

Verschiebung der Angebotskurve

Sobald sich andere Einflussgrößen auf das Angebot als der Preis des Gutes ändern, kommt es zu Kurvenverschiebungen.

Bestimmungsgrößen des Angebots

Variablen mit Einfluss auf die Angebotsmenge	Eine Veränderung dieser Variablen...
Preis	Ergibt eine Bewegung auf der Angebotskurve
Input- od. Einkaufspreise	Verschiebt die Angebotskurve
Technologie (Fortschritt)	Verschiebt die Angebotskurve
Erwartungen	Verschiebt die Angebotskurve
Anzahl der Anbieter	Verschiebt die Angebotskurve



Angebot und Nachfrage zusammen

Gleichgewicht (Marktgleichgewicht)

Eine Situation, in der Angebot u. Nachfrage gleich sind (dort wo sich die Angebots- und Nachfragekurve schneiden).

Gleichgewichtspreis (Markträumungspreis)

Der Preis, der Angebot u. Nachfrage zur Übereinstimmung bringt.

Gleichgewichtsmenge

Angebotene und nachgefragte Menge beim Gleichgewichtspreis.

Angebotsüberschuss (Überschussangebot)

Eine Situation, bei der die angebotene Menge (zum herrschenden Preis) grösser ist als die nachgefragte Menge. Die Produzenten reagieren mit Preissenkungen bis das Gleichgewicht erreicht ist.

Nachfrageüberschuss

Eine Situation (Marktpreis unter Gleichgewichtspreis), in der die nachgefragte Menge (zum herrschenden Preis) grösser ist als die angebotene Menge. Die Produzenten reagieren mit Preiserhöhungen bis das Gleichgewicht erreicht ist.

Gesetz von Angebot und Nachfrage

Der Preis eines beliebigen Gutes passt sich in der Weise an, dass dadurch Angebots- und Nachfragemengen zur Übereinstimmung gelangen.

Drei Schritte der Analyse von Gleichgewichtsänderungen

Selbstverständlich hängen Gleichgewichtspreis und Gleichgewichtsmenge entscheidend von der Lage der Kurven ab. Sobald irgend ein Ereignis die Angebots- od. die Nachfragekurve verschiebt, ändert sich das Marktgleichgewicht. Die Untersuchungen derartiger Vorgänge heisst *komparativ-statistische Analyse*, das sie den Vergleich eines alten und eines neuen Gleichgewichts umfasst.

Analyse erfolgt in drei Schritte:

1. Entscheide, ob das Ereignis eine Verschiebung der Angebots-, der Nachfragekurve od. vielleicht beider Kurven bewirkt.
2. Entscheide über die Richtung der Kurvenverschiebung
3. Verwende das Angebots-Nachfrage-Diagramm, um die resultierende Änderung des Marktgleichgewichts festzulegen

Verschiebung von Kurven und Bewegungen auf Kurven

Steigt die angebotene Menge, obwohl die Angebotskurve unverändert bleibt, liegt ein Anstieg der "Angebotsmenge" (von Anbietern gewünschte Verkaufsmenge), aber keine Veränderung des "Angebots" (Lage der Angebotskurve) vor.

Der Nachfrageanstieg ist die Ursache für den Anstieg des Gleichgewichtspreises. Der Preisanstieg führt dazu, dass die Anbieter die Menge erhöhen. Der Anstieg der Angebotsmenge ergibt sich aus einer Bewegung entlang der Angebotskurve.

Eine Verschiebung der Angebotskurve wird eine "Veränderung des Angebots" genannt, und eine Verschiebung der Nachfragekurve als eine "Veränderung der Nachfrage" bezeichnet. Eine Bewegung auf einer gegebenen Angebotskurve ergibt eine "Veränderung der Angebotsmenge", und eine Bewegung entlang einer festen Nachfragekurve bedeutet eine "Veränderung der Nachfragemenge".

Schlussfolgerung – Preise regeln die Zuteilung von Ressourcen

Da Angebot u. Nachfrage allgegenwärtige ökonomische Erscheinungen sind, stellt das Marktmodell von Angebot u. Nachfrage ein wirkungsvolles Analyseinstrument dar (VW-Regel 6).

In jeder VW geht es darum, knappe Ressourcen für konkurrierende Zwecke zuzuteilen.

Marktwirtschaften setzen dafür die Kräfte von Angebot u. Nachfrage ein. Angebot u. Nachfrage zusammen bestimmen die Preise aller Waren u. DL einer VW; und die Preise wiederum sind die Signale für die Verteilung der Ressourcen.

Was bewahrt die Systeme dezentraler Entscheidung davor, im Chaos zu versinken? Wie kommt es zur Abstimmung von Millionen Menschen mit ganz unterschiedlichen Befähigungen und Bedürfnissen? Wie kommt es dazu, dass das was getan werden muss auch wirklich geschieht?

Die Antwort besteht in einem einzigen Wort: *Preise*.