

## IV.36

### Märkte und Verbraucher

# Marktformen & Wettbewerbspolitik – Wie sind Märkte beschaffen?

Dr. Christine Koch-Hallas



© RAABE 2023

© Adobe Stock/ Stockwerk-Fotodesign

Die Lernenden durchschauen den Markt am Ort, an dem Angebot und Nachfrage zusammentreffen. Sie setzen sich anhand abwechslungsreicher Materialien mit den verschiedenen Marktformen (Polypol, Oligopol und Monopol) und deren Merkmalen auseinander und beschäftigen sich mit der Eigenheit eines (un)vollkommenen Marktes. In einem Marktspiel lernen sie handlungsorientiert, wie Preise entstehen. Darüber hinaus beschäftigen sie sich mit der deutschen Wettbewerbspolitik inklusive Kartellverbot, Missbrauchsrecht und Fusionskontrolle.

#### KOMPETENZPROFIL

**Dauer:** 4 Unterrichtsstunden

**Kompetenzen:** Märkte als Ort des Zusammentreffens von Angebot und Nachfrage und als Ort der Preisbildung kennen, Märkte anhand der Anzahl der Marktteilnehmenden definieren und unterscheiden, die Merkmale eines vollkommenen Marktes und die Grundsäulen der Wettbewerbspolitik kennen

**Thematische Bereiche:** Angebot und Nachfrage, Preisbildung, Polypol, Oligopol, Monopol, vollkommener Markt, Wettbewerbspolitik, Kartelle

**Medien:** LearningApps, Erklärvideo, Spiel

 LearningApps -  
interaktive Lernbausteine

## Auf einen Blick

### 1. Stunde

**Thema:** Der Markt – ein Überblick

**M 1** Was ist ein Markt und wie funktioniert er?

**M 2** Faktor- und Gütermärkte – Überblick über die verschiedenen Marktarten

**M 3** Angebot und Nachfrage – Wie entstehen Preise auf dem Markt?

**Inhalt:** Die Schülerinnen und Schüler erfahren, was ein Markt ist und welche Funktionen er hat. Sie lernen verschiedene Marktarten kennen und setzen sich mit der Preisentstehung auf dem Markt auseinander.

**Benötigt:** Beamer/Whiteboard, Internetzugang

### 2./3. Stunde

**Thema:** Beleuchtung der unterschiedlichen Marktformen

**M 4** Das Monopol – Preisbildung ohne Konkurrenz

**M 5** Das Oligopol – Beispiele und Marktmechanismen

**M 6** Das Polypol – Der beste Markt von allen?

**M 7** Monopol, Oligopol oder Polypol – Welche Marktform liegt vor?

**M 8** Der vollkommene Markt – Realität oder Fiktion?

**Inhalt:** Die Schülerinnen und Schüler lernen den Unterschied zwischen den unterschiedlichen Marktformen sowie entsprechende Beispiele kennen, ordnen verschiedene Märkte den jeweiligen Marktformen zu und analysieren die Merkmale von vollkommenen bzw. unvollkommenen Märkten.

**Benötigt:** Beamer/Whiteboard, Internetzugang, M 6 gedruckt auf Karton für die Merkmalenkarte

#### 4. Stunde

**Thema:** Wettbewerbspolitik: Schutz des freien und fairen Wettbewerbs

**M 9** Ziele der Wettbewerbspolitik in Deutschland

**M 10** Die drei Säulen der Wettbewerbspolitik

**M 11** „Über Preise spricht man nicht ...“ – Illegale Preisabsprachen auf dem Ölmarkt?

**Inhalt:** Die Schülerinnen und Schüler setzen sich mit Zielen und Bedeutung der Wettbewerbspolitik in Deutschland auseinander und beschreiben sich anhand von Beispielen und einer Karikatur mit den drei wichtigsten Säulen der Wettbewerbspolitik.

**Benötigt:** Beamer/Whiteboard, Internetzugang

#### Lernerfolgskontrolle

**M 12** Testen Sie Ihr Wissen - Wie fit sind Sie beim Thema Markt und Marktformen?

**Inhalt:** Die Schülerinnen und Schüler wiederholen spielerisch den Unterrichtsstoff und überprüfen ihr Wissen anhand einer Multiple-Choice-Tests.

**Benötigt:** Beamer/Whiteboard, Internetzugang

#### Erklärung zu den Symbolen

	Dieses Symbol markiert differenziertes Material. Wenn nicht anders ausgewiesen, befinden sich die Materialien auf mittlerem Niveau.				
	einfaches Niveau		mittleres Niveau		schwieriges Niveau
	Zusatzstoff				

## Was ist ein Markt und wie funktioniert er?

M 1

Wenn in der Wirtschaft von einem Markt gesprochen wird, dann bedeutet dies, dass Angebot und Nachfrage im Hinblick auf bestimmte Güter oder Dienstleistungen aufeinandertreffen. Auf dem Markt wird der Preis ermittelt.

### Aufgaben

- Ergänzen Sie die Lücken im Text und im Schaubild mit den Begriffen aus dem Kasten. Sie können diese Aufgabe auch digital lösen: <https://learningapps.org/watch?v=p6y9cj5i523>
- Überlegen Sie gemeinsam mit Ihrem Gegenüber, welche Arten von Märkten es gibt. Notieren Sie diese.
- Nennen Sie Märkte, auf denen Sie selbst als Anbietende und/oder Nachfrager fungieren.



sinkt – Gleichgewichtspreis – höchstmöglichen Preis – steigt – Angebot – Nachfrage – steigt  
Preis – Wettbewerbsbedingungen – sinkt – Haushalte/Konsumenten – Zahl  
Unternehmen – möglichst geringen Preis

Das Ziel von Unternehmen ist es, zu einem (1) \_\_\_\_\_  
zu verkaufen.

Das Ziel der Konsumierenden ist es, zu einem (2) \_\_\_\_\_  
zu kaufen.

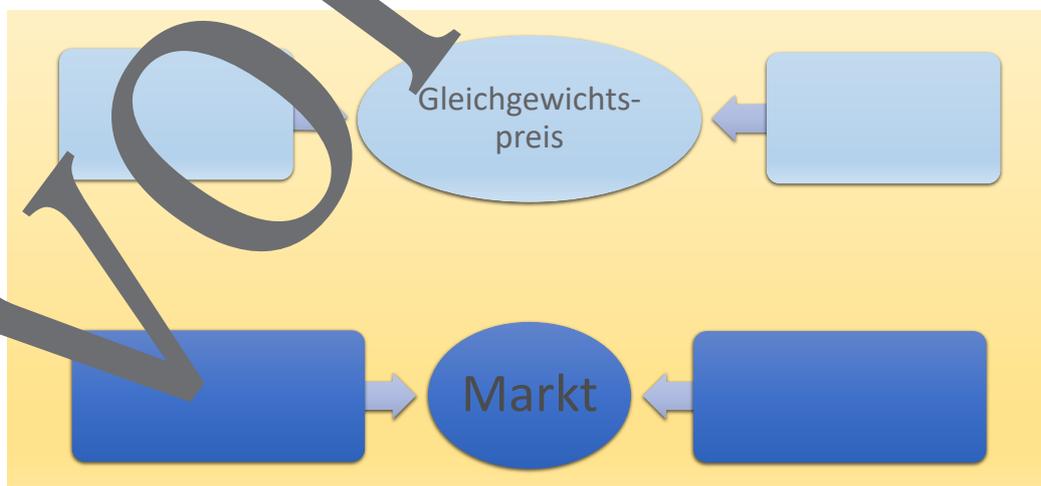
Der Markt gleicht die verschiedenen Interessen über den (3) \_\_\_\_\_ aus.

Preisbildung und Funktionsfähigkeit des Marktes sind abhängig von den (4) \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ und davon, von der (5) \_\_\_\_\_ der Anbieter und  
Nachfrager.

(6) \_\_\_\_\_ der Preis, (7) \_\_\_\_\_ in der Regel die Nachfrage.

(8) \_\_\_\_\_ Preis, (9) \_\_\_\_\_ in der Regel die Nachfrage.

Der Preis, zu dem die Ware den Besitz wechselt und damit Angebot und Nachfrage ausgleicht, heißt  
(10) \_\_\_\_\_.



M 2

# Faktor- und Gütermärkte – Überblick über die verschiedenen Marktarten

Märkte lassen sich unter anderem nach der Art der angebotenen Güter unterscheiden. **Faktormärkte** betreffen die Produktionsfaktoren, Beispiele sind der Arbeitsmarkt, Energiemarkt und Immobilienmarkt. **Gütermärkte** betreffen den Austausch von Gütern, Beispiele sind der Konsumgüter- und Investitionsgütermarkt.

**Aufgaben**

1. Lesen Sie die Tabelle und ordnen Sie die passenden Definitionen und Beispiele den Marktarten zu, indem Sie diese jeweils mit einer bestimmten Farbe markieren. Sie können diese Aufgabe auch digital lösen: <https://learningapps.org/watch?v=pqrfreq60073>
2. Entscheiden Sie zu zweit, zu welchem Markt die folgenden Beispiele gehören:
  - a) Paul kauft beim Bäcker Brot und Brötchen.
  - b) Sina sucht eine Arbeitsstelle und geht zur Agentur für Arbeit.
  - c) Bauer Karl kauft für seinen Betrieb einen neuen Traktor.
  - d) Familie Ramirez sucht ein Häuschen im Grünen.
3. Fassen Sie zusammen, was alle Märkte gemeinsam haben und worin sie sich unterscheiden.



Marktart	Definition	Beispiel
1) Immobilienmarkt	a) Markt, auf dem Waren für Endverbraucher gehandelt werden. Unterscheidung zwischen Gebrauchsgütermarkt (Güter werden durch Benutzung unmittelbar verbraucht, z. B. PKW) und Verbrauchsgütermarkt (Güter werden durch Benutzung mittelbar verbraucht, z. B. ...)	f) ... möchte gerne von Zuhause ausziehen. Er hat monatlich 500 € für die Miete zur Verfügung. Er sucht vor allem auf Internetportalen nach einer passenden Wohnung.
2) Arbeitsmarkt	b) Auf diesem Markt werden Güter gehandelt, die Unternehmen benötigen, um selbst Produkte herstellen zu können wie z. B. Maschinen, Fahrzeuge oder technische Anlagen.	g) Das Unternehmen Alamo kauft zwei neue Abfüllanlagen für ihre Getränkeproduktion.
3) Energiemarkt	c) Markt, auf dem Arbeitnehmende ihre Arbeitskraft anbieten und Unternehmen Arbeitskräfte nachfragen.	h) Aufgrund der Filialschließung verliert Chiara ihren Job in einer Bäckerei. Sie meldet sich bei der Agentur für Arbeit arbeitsuchend.
4) Konsumgütermarkt	d) Markt für Grundstücke, Häuser, Wohnungen, Lager-/Produktionshallen. Zur Kaufabwicklung werden oft Maklerinnen oder Makler eingesetzt, die die Suche nach Kaufenden oder nach Verkaufenden übernehmen.	i) Seit der Liberalisierung des Strommarktes hat Familie Straub geringere Energiekosten, kann ihren Anbieter frei wählen und setzt verstärkt auf erneuerbare Energie.
5) Investitionsgütermarkt	e) Markt, der Energieträger (Kohle, Öl, Gas, Sonne, Wind, ...) bereitstellt, die in Energie umgewandelt werden und Bevölkerung und Industrie mit Strom und Gas durch Energieversorgungsunternehmen versorgen.	j) Lukas möchte seiner Freundin zum Geburtstag einen Kuchen backen und kauft dafür im nahegelegenen Supermarkt die Zutaten ein.

# M 8

## Der vollkommene Markt – Realität oder Fiktion?

Der vollkommene Markt ist ein theoretisches Modell, anhand dessen Zusammenhänge auf dem Markt analysiert werden. In der wirtschaftlichen Realität existiert dieser aber nicht.

### Aufgaben

1. Erklären Sie den Unterschied zwischen einem vollkommenen und unvollkommenen Markt.
2. Erläutern Sie zu zweit für die folgenden Beispiele, wie sich Tim und Julia entscheiden würden, wenn es sich um einen vollkommenen Markt. Begründen Sie Ihre Entscheidung.
  - a) Tims Schuhe sind kaputt. Zwei Schuhmacher liegen in seiner Nähe. Er bringt seine Schuhe zum Schuhmacher um die Ecke, obwohl die Reparatur bei dem weiter entfernten Schuhmacher günstiger wäre, aber er hat keine Lust, den weiteren Weg zu gehen.
  - b) Julia bestellt sich ein neues Smartphone. Sie entscheidet sich für Markt X und nicht für Markt Y, da sie das Smartphone bei Markt X sofort erhält. Bei Markt Y wäre das Smartphone zwar günstiger, Julia müsste aber zwei Wochen auf die Lieferung warten.
3. Verbinden Sie die Beispiele mit den richtigen Bedingungen eines vollkommenen Marktes. Sie können diese Aufgabe digital lösen: <https://learningapps.org/View?id=pu904hhkn23>
4. Handelt es sich beim Benzinmarkt um einen (un)vollkommenen Markt? Begründen Sie.
5. Überlegen Sie, welche Vorteile der unvollkommene Markt aus Sicht der Kaufenden und Verkaufenden hat und notieren Sie diese stichwortartig.



Alle fünf Merkmale müssen erfüllt sein, wenn von einem vollkommenen Markt gesprochen wird. Ist eines nicht gegeben, handelt es sich um einen unvollkommenen Markt!

### Fünf Merkmale eines vollkommenen Marktes

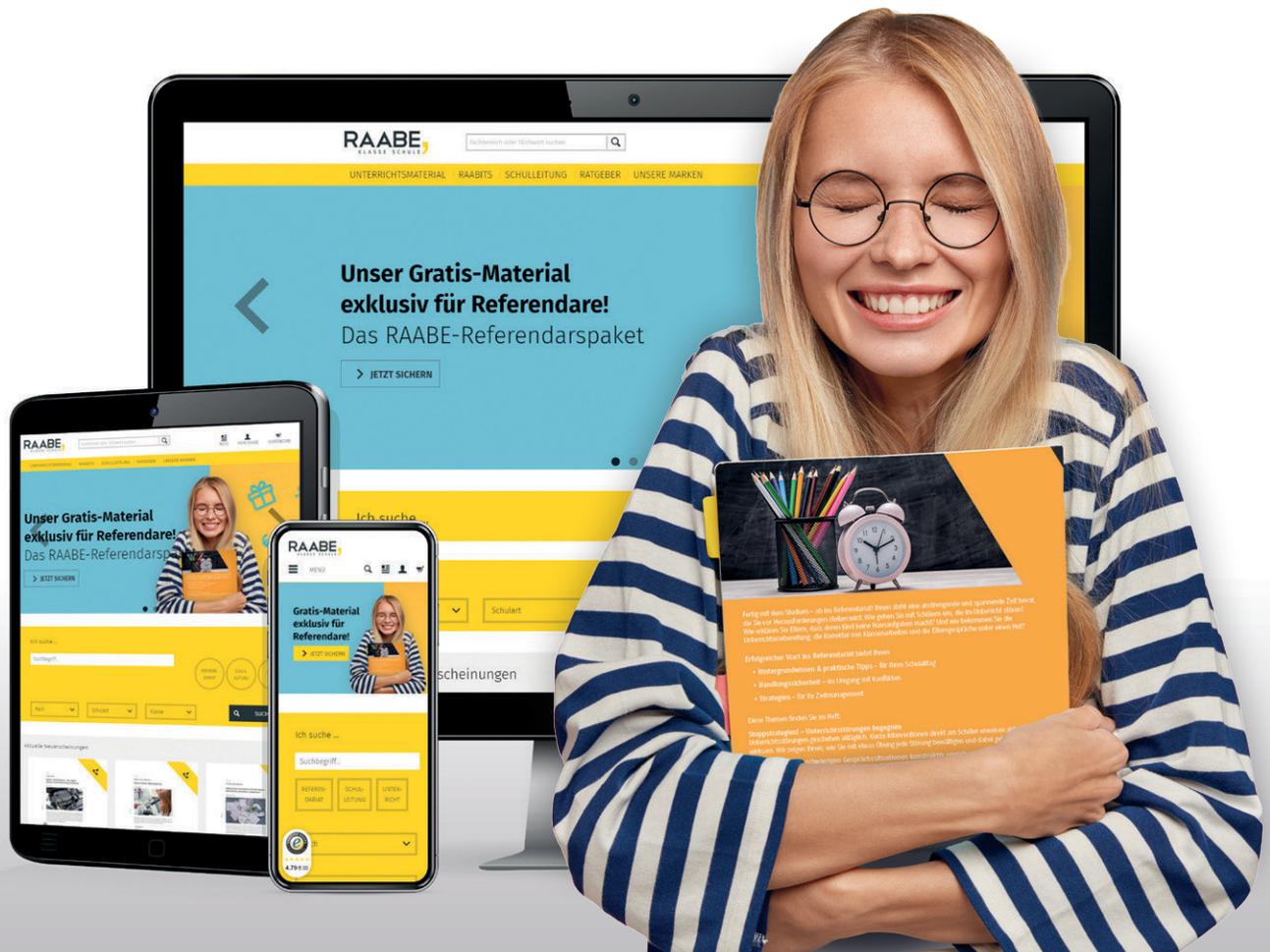
- I. Es existieren viele Nachfrager und Anbieter → **Polypol**
- II. Alle Marktteilnehmenden sind gleich → sachliche Gründe beeinflussen das Marktgeschehen nicht → Preis ist alleiniges Merkmal, das über Kauf entscheidet.
- III. **Völlige Markttransparenz** → jede Person hat Einsicht in vorherrschende Preise → Wettbewerbsbedingungen sind für alle Anbietenden und Nachfragenden gleich.
- IV. **Homogenität aller Güter** → es werden nur gleiche Waren angeboten → Verpackung, Optik oder andere Faktoren werden ausgeschlossen.
- V. **Sofortige Reaktionsmöglichkeit** aller Marktteilnehmenden bei Marktänderungen → keine räumliche (Standortvorteile) oder zeitliche Einschränkung (schnell verfügbar)

- 1 Alle Nachfragenden können sofort auf Änderungen des Benzinpreises reagieren.
- 2 Das behandelte Benzin weist keinerlei Qualitätsunterschiede auf.
- 3 Alle Nachfragenden sind jederzeit über Preise, Qualität etc. des Benzins informiert.
- 4 Keine Anbietende/r wird wegen eines Standorts von Nachfragenden bevorzugt.
- 5 Keine Nachfragenden bevorzugen eine/n Anbietende/n, weil diese/r das Benzin schneller liefert.
- 6 Keine Nachfragenden bevorzugen eine/n Anbietende/n wegen besserer Benzinqualität.

- a) keine sachlichen Präferenzen
- b) keine räumlichen Präferenzen
- c) keine zeitlichen Präferenzen
- d) vollständige Markttransparenz
- e) homogene Güter
- f) sofortige Reaktionsmöglichkeit

# Sie wollen mehr für Ihr Fach?

## Bekommen Sie: Ganz einfach zum Download im RAABE Webshop.



✓ **Über 5.000 Unterrichtseinheiten**  
sofort zum Download verfügbar

✓ **Webinare und Videos**  
für Ihre fachliche und  
persönliche Weiterbildung

✓ **Attraktive Vergünstigungen**  
für Referendar:innen  
mit bis zu 15% Rabatt

✓ **Käuferschutz**  
mit Trusted Shops



Jetzt entdecken:  
**www.raabe.de**