

Name: Klasse:

Preisbildung – Lösung

Angebot und Nachfrage

„Die Entscheidungen von vielen einzelnen Käufern und Verkäufern bestimmen den Preis einer Ware. Je nach Angebot und Nachfrage steigen und fallen die Preise.“ (Vgl. Film 8:28 min.)

Was versteht man unter „Angebot“ und „Nachfrage“?

Die Nachfrage ist der Wunsch eines Konsumenten bzw. Nachfragers, ein Gut zu einem bestimmten Preis zu kaufen. Das Angebot dagegen ist der Wunsch eines Händlers bzw. Anbieters, ein Gut zu einem bestimmten Preis zu verkaufen. Den „Ort“, an dem Angebot und Nachfrage regelmäßig zusammentreffen, bezeichnet man als Markt. Dieser Ort muss kein Ort im räumlichen Sinn sein (wie z. B. der Stadtmarkt), sondern kann auch ein virtueller Ort sein.

Den gesamten Markt für Orangen darzustellen erscheint aufgrund der vielen Marktteilnehmer (Nachfrager und Anbieter) schier unmöglich. In den Wirtschaftswissenschaften ist es jedoch üblich, komplexe Vorgänge durch das Bilden eines Modells zu veranschaulichen. Dabei gehen zwar immer einige Informationen verloren, aber im Gegenzug ist das Modell auch weniger komplex als die Realität. Sachgerecht konstruierte Modelle helfen, die Umwelt zu erfassen und wichtige Wirkungsbeziehungen zu analysieren. Eines der wichtigsten Modelle der Wirtschaftswissenschaften ist das Marktmodell zur Preisbildung. In diesem Modell finden sich eine Angebotskurve (zur Vereinfachung als eine lineare Funktion dargestellt) und eine Nachfragekurve (ebenfalls als lineare Funktion dargestellt). Wie aber kommen diese Funktionen zustande?



1. Die Frage „Sind Sie zum Kilo-Preis y bereit, ihre Orangen zu verkaufen?“ hat zu folgender Tabelle geführt. Dabei waren Mehrfachantworten natürlich möglich, denn wer seine Orangen zum Preis von 2 €/kg verkauft, verkauft sie auch zu jedem höheren Preis, jedoch nicht unter 2 €/kg. Da hier also die einzelnen Anbieter zusammengefasst werden, spricht man auch von einem aggregierten Angebot.

- a) Zeichnen Sie die gegebenen Punkte in das Koordinatensystem auf der nächsten Seite ein und verbinden Sie diese zu einer Geraden, welche Sie mit „A“ beschriften.
(y-Achse: 1 cm \triangleq 1 EUR; x-Achse: 1 cm \triangleq 10 kg)

siehe nächste Seite

- b) Bestimmen Sie den Mindestpreis für ein Kilo Orangen, also den Preis, für den keiner bereit ist, seine Orangen zu verkaufen.

Preis in €/kg	Menge der angebotenen Orangen in kg
1	5
2	20
3	35
4	50
5	65

Der Mindestpreis lässt sich an der y-Achse ablesen (y-Achsenabschnitt): Für einen Preis von unter bzw. gleich 0,67 € werden keine Orangen angeboten.

Name: Klasse:

2. Die Frage „Sind Sie zum Kilo-Preis y bereit, Orangen zu kaufen?“ hat zu folgender Tabelle geführt. Auch hier waren Mehrfachantworten natürlich möglich, denn wer seine Orangen zum Preis von 3 €/kg kauft, kauft sie auch zu jedem niedrigeren Preis, jedoch nicht über 3 €/kg. Da hier also die einzelnen Nachfrager zusammengefasst werden, spricht man auch von einer aggregierten Nachfrage.

- a) Zeichnen Sie die gegebenen Punkte in das Koordinatensystem ein und verbinden Sie diese zu einer Geraden, welche Sie mit „N“ beschriften.

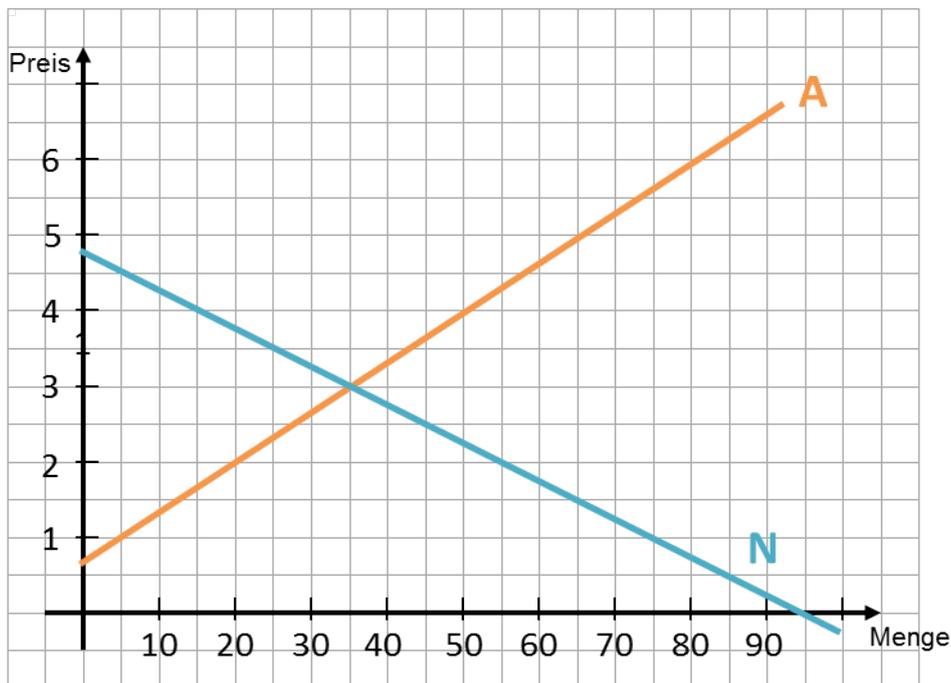
s. unten

- b) Bestimmen Sie den Preis für ein Kilo Orangen, für den keiner mehr bereit ist, Orangen zu kaufen. Diesen Preis nennt man auch Prohibitivpreis.

Preis in €/kg	Menge der nachgefragten Orangen in kg
4,50	5
4	15
3	35
2	55
1	75

Der Prohibitivpreis lässt sich ebenfalls an der y-Achse ablesen (y-Achsenabschnitt): Für einen Preis von über bzw. gleich 4,83 € werden keine Orangen nachgefragt.

Anmerkung: Die Sättigungsmenge liegt bei 95 kg, mehr wird auf dem Markt nicht nachgefragt.



Name: Klasse:

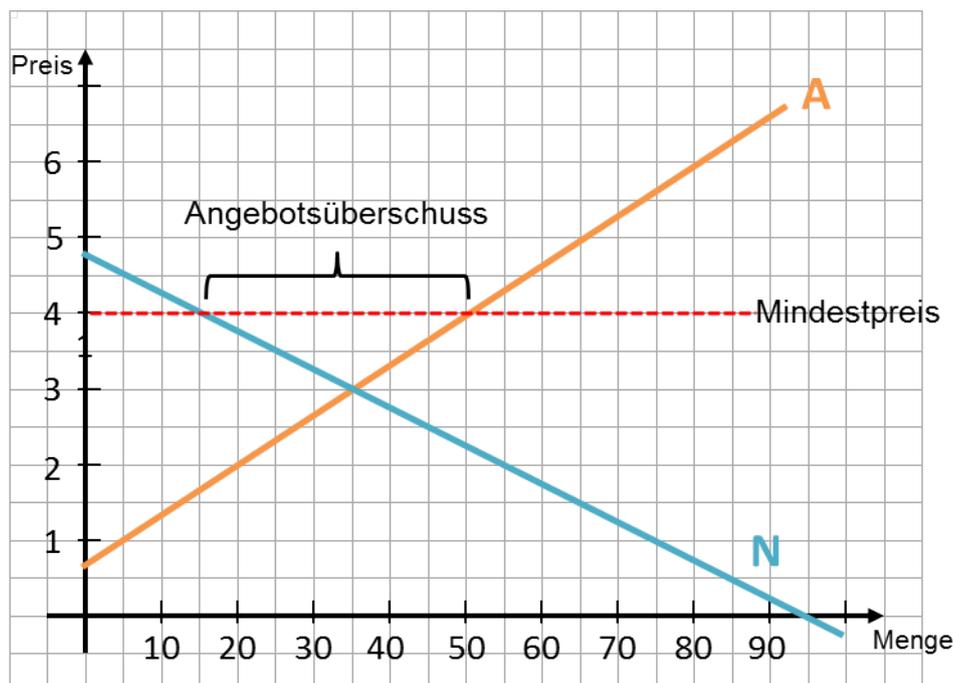
In dem Punkt, an dem sich die Nachfrage- und die Angebotskurve schneiden, befindet sich der Markt im Gleichgewicht, für diesen Preis wird ebenso viel nachgefragt wie auch angeboten wird. Den zugehörigen Preis nennt man Gleichgewichtspreis. Das dargestellte Modell bezeichnet man auch als „Marktmodell“.

3. Beschreiben Sie die Folgen für einen Verkäufer, der seine Orangen zu einem höheren Preis als den Gleichgewichtspreis anbieten würde.

Dieser Verkäufer würde seine Waren voraussichtlich nicht verkaufen können, falls es auf dem Markt genügend weitere Anbieter gibt, die zum Gleichgewichtspreis anbieten und die Nachfrager vollständig über die Preise aller Anbieter informiert sind. Wahrscheinlich würde er seinen Preis anpassen, um weiter verkaufen zu können.

4. Erklären Sie die Auswirkungen eines staatlich festgelegten Mindestpreises für Orangen, der über dem Gleichgewichtspreis liegt.

Durch einen staatlich festgelegten Preis über dem Gleichgewichtspreis ergibt sich ein Angebotsüberschuss (siehe Skizze). Diese Menge an Orangen wird zu dem Preis zwar angeboten, die Menge wird aber nicht nachgefragt.



Evtl. kann es zu einer Anpassung des Nachfrager-Verhaltens kommen, falls man auf Orangen nicht verzichten kann, vgl. Aufgabe 5.

Name: Klasse:

5. Erörtern Sie, indem Sie von sich als Konsument ausgehen, inwiefern das Setzen eines Mindestpreises Ihr Nachfrageverhalten und damit (übertragen auf alle Nachfrager) die Nachfragekurve beeinflusst.

Normalerweise beeinflusst das Setzen eines Mindestpreises nicht die Nachfragekurve. Wenn man als Nachfrager vorher nicht bereit war, einen gewissen Preis für ein Gut zu zahlen, so ist man es nach einer Preiserhöhung auch nicht.

Ausnahmen können unbedingt zum Leben benötigte Produkte sein, die nicht durch andere zu ersetzen sind.

6. Ändern sich andere Faktoren als der Preis des Gutes, so können sich die Angebots- und Nachfragekurve verschieben. Erarbeiten Sie in einem Gespräch in der Gruppe, welche Faktoren die jeweilige Kurve in welche Richtung verschieben könnte! Notieren Sie Ihre Ergebnisse in Stichpunkten.

Individuelle Schülerlösungen, z. B.:

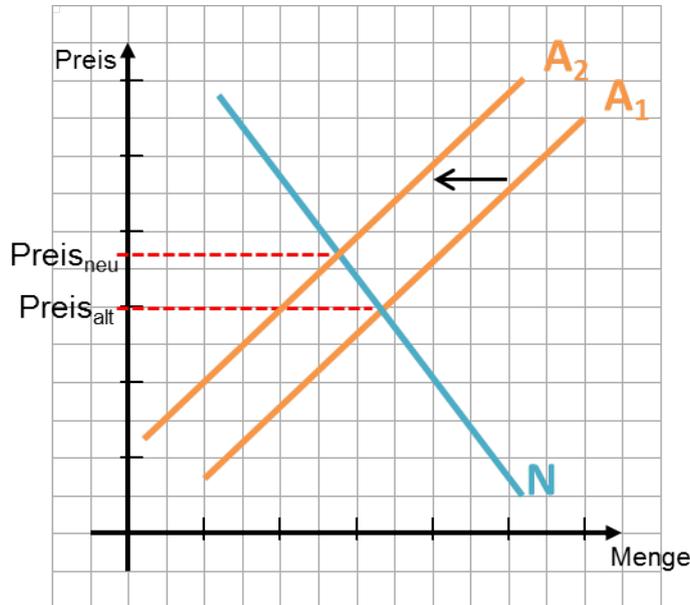
Verschiebung nach links (Angebot oder Nachfrage sinkt): schlechte Ernte, Lebensmittelskandal

Verschiebung nach rechts (Angebot bzw. Nachfrage steigt): neue effizientere Produktionsmöglichkeiten, Wettereinflüsse (Hitzewelle verschiebt Nachfragekurve nach Wasser)

Name: Klasse:

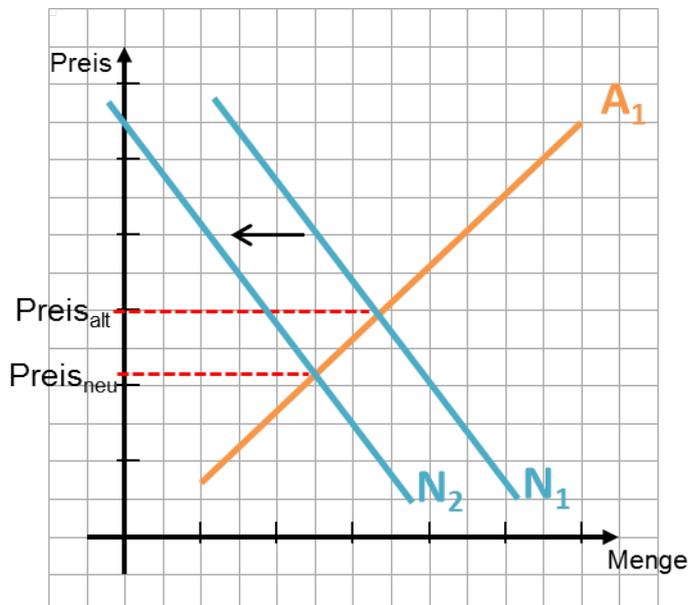
7. Analysieren Sie mithilfe des Marktmodells, wie sich

- a) eine schlechte Orangenernte auf den Preis für Orangen auswirken könnte.



Durch die schlechte Ernte geht das Angebot zurück, zum gleichen Preis kann nur weniger angeboten werden, die Angebotskurve verschiebt sich nach links. Der neue Gleichgewichtspreis liegt höher als der vorherige. Orangen werden also teurer werden.

- b) ein Pestizid-Skandal bei Orangen auf den Preis für Orangen auswirken könnte.



Durch den Pestizid-Skandal könnten die Nachfrager verschreckt sein und auf andere Obstsorten ausweichen. Es sind also weniger Nachfrager bereit, zu einem bestimmten Preis Orangen nachzufragen. Die Nachfragekurve verschiebt sich nach links. Der Gleichgewichtspreis fällt unter den alten Preis. Orangen werden billiger.

8. Erklären Sie die im Film gemachte Aussage: „Der Preis einer Ware ist ein wichtiges Signal. Er beeinflusst das Verhalten von Menschen, die sich nicht kennen.“

Der Preis bildet sich durch Angebot und Nachfrage, insofern ist er sowohl Signal für die Anbieter als auch für die Nachfrager, die dementsprechend ihr Verhalten anpassen können. Dieses Signal funktioniert grenzübergreifend, ohne diese Signalwirkung wäre internationaler Handel nicht möglich.