



BASISMODUL AGRARÖKONOMIE

Der Markt I

Dies ist eine Leseprobe. Es werden nicht alle enthaltenen Inhalte angezeigt.



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung



GEORG-AUGUST-UNIVERSITÄT
GÖTTINGEN



HOCHSCHULE OSNABRÜCK
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Inhalt

- Markt
- Marktsysteme
- Angebot und Nachfrage
- Elastizitäten
- Güter
- Veränderung von Angebots- und Nachfragekurven

Lerninhalte

Dieses Kapitel soll Ihnen die grundlegenden Mechanismen auf volkswirtschaftlichen Märkten erläutern.

- Zuerst werden verschiedene Märkte und Marktformen vorgestellt.
- Danach wird die Funktion von Preisen auf Märkten besprochen.
- Im nächsten Abschnitt führen wir Angebots- und Nachfragekurven, sowie das Marktgleichgewicht ein. Angebot und Nachfrage werden anhand von Elastizitäten gemessen. Wir stellen Ihnen Eigenpreis-, Kreuzpreis- und Einkommenselastizität vor.
- Der nächste Abschnitt beschäftigt sich mit der Einteilung von inferior und superior. In diesem Zuge besprechen wir die King'sche Regel, das Gesetz von Engel und den Giffen-Fall.
- Zuletzt werden verschiedene Veränderungen von Angebots- und Nachfragekurven anhand von Beispielen diskutiert.

Basismodul Agrarökonomie

PROF. DR. ACHIM SPILLER MIT UNTERSTÜTZUNG VON CLAUDIA HUNECKE

Markt

MARKT

Markt im volkswirtschaftlichen Sinn

Der Begriff “**Markt**” wird für alle Situationen verwendet, die einen Tausch beinhalten (meist ein Tausch von Ware gegen Geld)

Ein Markt ist der Ort an dem Angebot und Nachfrage zusammentreffen. Durch das Aufeinandertreffen beider bildet sich ein Preis (**Marktpreis**).

Unterscheidungsmerkmale für Märkte sind:

- Institutionalisierungsgrad
- Art des Marktzutritts
- Autonomiegrad der Marktteilnehmer
- Vorherrschende Präferenzen

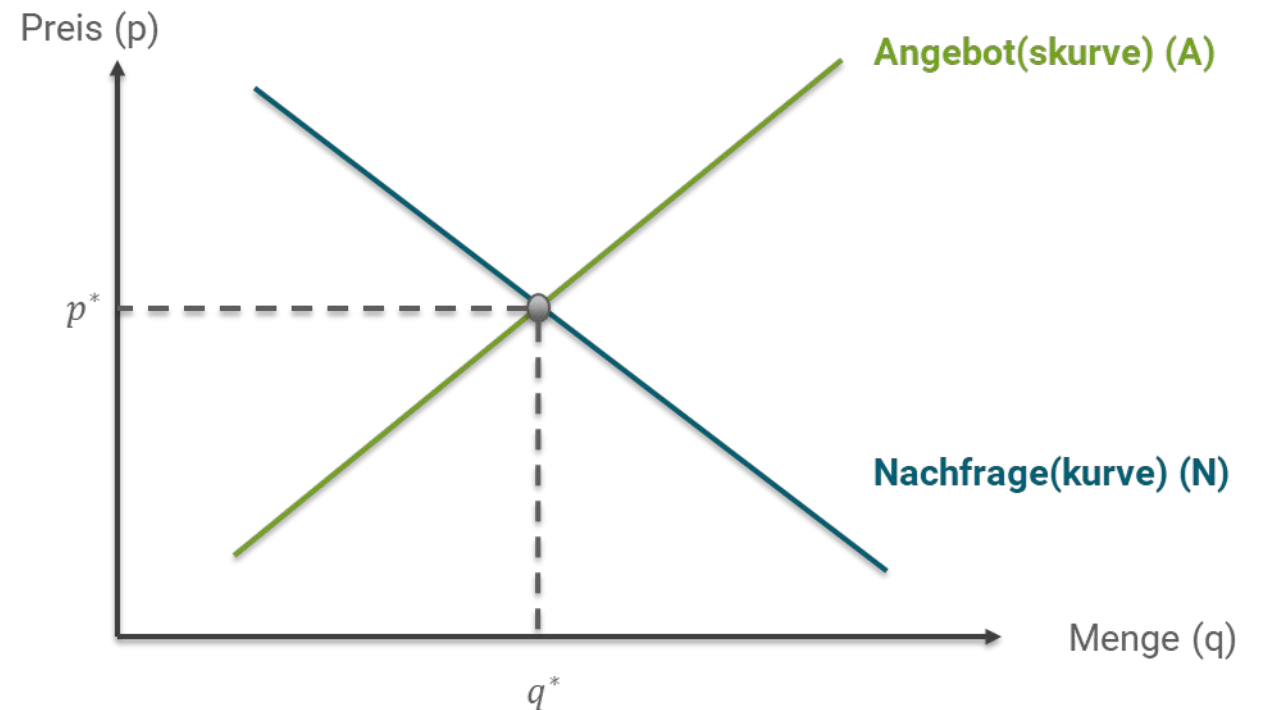
Quelle: Gans & Evers, 1988; Richert, 2010; Stiglitz & Walsh, 2010;
Heertje & Wenzel, 2008; Piekenbrock, 2008

MARKT

Markt im volkswirtschaftlichen Sinn

Grafisch wird ein Markt in der Ökonomie mithilfe eines **Marktdiagramms** oder **p-q-Diagramms** dargestellt.

Das Marktdiagramm enthält die Angebots- und Nachfragekurve. Im Schnittpunkt beider Funktionen, wird das so genannte Marktgleichgewicht gebildet und dadurch Marktpreis (p^*) und -menge (q^*) ermittelt



Quelle: Gans & Evers, 1988; Richert, 2010; Stiglitz & Walsh, 2010; Heertje & Wenzel, 2008; Piekenbrock, 2008

MARKT

Kernmärkte

Gütermarkt: Auf dem Gütermarkt kommt es zu einem Austausch von Gütern oder Dienstleistungen zwischen Individuen (Haushalten) und Unternehmen (Produzenten)

Faktormarkt: Auf dem Faktormarkt kaufen Produzenten Produktionsfaktoren (Inputs), die sie zu Gütern verarbeiten

Weitere Kernmärkte:

- **Arbeitsmarkt:** Haushalte verkaufen ihre Arbeitskraft und Produzenten kaufen den Produktionsfaktor Arbeit ein.
- **Kapitalmarkt:** Geldmittel werden ge- und verliehen
- **Bodenmarkt:** Produktionsfaktor Boden wird gehandelt

Basismodul Agrarökonomie

PROF. DR. ACHIM SPILLER MIT UNTERSTÜTZUNG VON CLAUDIA HUNECKE

Marktsysteme

MARKTSYSTEME

Koordination über Märkte

	Haushalt	Produzenten	Staat
Angebot	Arbeit Kapital Boden	Güter (private) Faktoren Boden	Güter (öffentliche) Faktoren Boden
Nachfrage	Kapital Boden Güter (private, öffentliche)	Arbeit Faktoren Boden	Kapital Boden Arbeit Güter(private, öffentliche)

Quelle: Gans & Evers, 1988; Richert, 2010; Stiglitz & Walsh, 2010;
Heertje & Wenzel, 2008; Piekenbrock, 2008

MARKTSYSTEME

Akteure auf Märkten

Auf Märkten agieren verschiedene **Anbieter** und **Nachfrager**. Nachfrager sind Konsumenten, meist Individuen oder Haushalte. Aber auch Unternehmen (Produzenten) können die Nachfrage-Position einnehmen (z.B. auf Faktormärkten). Im Gegenzug können neben den Produzenten auch Haushalte als Anbieter agieren, z.B. beim Bereitstellen von Arbeitskraft auf dem Arbeitsmarkt. Auch der Staat oder (staatliche) Institutionen können beide Rollen einnehmen.

Grundsätzlich gelten folgende Annahmen:

- Konsumenten verhalten sich rational und eigennützig
- Produzenten verhalten sich rational und gewinnmaximierend
- Akteure auf Märkten verhalten sich preisgestaltend
- Eigentumsrechte schaffen Anreize für Investitionen (vgl. Tragik der Allmende Marktversagen)

Quelle: Gans & Evers, 1988; Richert, 2010; Stiglitz & Walsh, 2010;
Heertje & Wenzel, 2008; Piekenbrock, 2008

MARKTSYSTEME

Marktformen

Marktformen werden meist nach der Anzahl der Marktteilnehmer unterschieden.

Beispiele aus dem Agrarsektor:

- Polypol: landwirtschaftliche Betriebe, Landhändler, Mühlen
- Oligopol: Saat-, Dünger- und Pflanzenschutzmittelhersteller
- Oligopson: Schlachthöfe, regionale Molkereien, Lebensmitteleinzelhandel

Nachfrager		Anbieter	
Viele	Wenige	Viele	Einer
Viele	Polypol = vollkommene Konkurrenz	Oligopson	Monopson
Wenige	Oligopol	bilaterales Oligopol	Beschränktes Monopson
Einer	Monopol	beschränktes Monopol	bilaterales Monopol

Quelle: Gans & Evers, 1988; Richert, 2010; Stigliez & Walah, 2010; Heertje & Wenzel, 2008; Piekenbrock, 2008

MARKTSYSTEME

Marktformen

Hohe Konzentration führt nicht zwangsläufig zu Marktmacht. Das Verhalten der Marktakteure ist entscheidend

Bedeutender als die Zahl der Marktteilnehmer ist der Einfluss, den ein einzelner ausüben kann.

- **Preisnehmer:** kein Anbieter/Nachfrager hat signifikanten Einfluss
- **Preissetzer:** ein einzelner Anbieter/Nachfrager kann den Preis nachhaltig beeinflussen

Quelle: Gans & Evers, 1988; Richert, 2010; Stigliez & Walah, 2010;
Heertje & Wenzel, 2008; Piekenbrock, 2008

MARKTSYSTEME

Marktformen

Weitere Unterscheidungsmöglichkeit:

Nach Verhaltensweisen:

- Monopolistisches Verhalten: der Absatz eines Anbieters hängt nicht vom Verhalten anderer Anbieter ab, sondern ausschließlich vom Verhalten der Nachfrager
- Oligopolistisches Verhalten: der Absatz eines Anbieters hängt vom Verhalten weniger anderer Anbieter ab
- Polypolistisches Verhalten: der Absatz eines Anbieters hängt vom Verhalten vieler anderer Anbieter ab

Nach Wettbewerbsbeschränkungen:

- Offene Märkte ohne Marktzutrittsbeschränkungen
- Geschlossene Märkte mit Marktzutrittsbeschränkungen
- Kartellierte Märkte
- Wettbewerbliche Märkte
- Staatlich (nicht) regulierte Märkte

Quelle: Gans & Evers, 1988; Richert, 2010; Stiglitz & Walsh, 2010;
Heertje & Wenzel, 2008; Piekenbrock, 2008

MARKTSYSTEME

Konkurrenzmarkt

Die Grundvorstellung in der ökonomischen Theorie ist, dass ein **Marktgleichgewicht** zu Effizienz führt. Dabei spielt der **vollkommene Konkurrenzmarkt** eine grundlegende Rolle.

Grundbedingung für einen vollkommenen Konkurrenzmarkt:

- Polypol: viele Nachfrager und viele Anbieter
- Akteure auf dem Markt sind Preisnehmer bzw. Mengenanpasser
- Homogene Güter (gleichartige Güter)
- Vollkommene Information aller Akteure

Quelle: Gans & Evers, 1988; Richert, 2010; Stiglitz & Walsh, 2010;
Heertje & Wenzel, 2008; Piekenbrock, 2008

FUNKTION VON MARKTSYSTEMEN

Funktion von Preisen

Der Preis eines Gutes oder einer Dienstleistung ist der **Gegenwert** bei einem Tausch. Es muss betont werden, dass der Preis nicht dem Wert eines Gutes entsprechen muss! Der Preis setzt sich zusammen aus der **Geldmenge** (der monetären Einheit) und der (Warte)**Zeit** bis zu einem möglichen Kauf.

In einem Marktsystem ist der Preis ein **Kommunikationsmittel** für die Marktteilnehmer. Er gibt Auskunft über die Knappheit eines Gutes und hat Auswirkungen auf die Anreize innerhalb eines Systems.

→ **Preise geben der Wirtschaft den Anreiz, knappe Ressourcen effizient zu nutzen**

- Verschiedene Güter haben verschiedene Marktpreise
- Marktpreise schwanken
- Solange ein Konsument willens ist den Marktpreise zu bezahlen, kann der Konsument eine Ware kaufen
- Kräfte von Angebot und Nachfrage sorgen dafür, dass der Preis die Knappheit bzw. die Verfügbarkeit eines Gutes widerspiegeln
- Veränderungen von Preisen werden ausgelöst durch Veränderung in Angebot und Nachfrage

Quelle: Gans & Evers, 1988; Richert, 2010; Stiglitz & Walsh, 2010;
Heertje & Wenzel, 2008; Piekenbrock, 2008

FUNKTION VON MARKTSYSTEMEN

Funktion von Preisen

Informationsfunktion:

- in Preise geht Wissen von Millionen von Marktteilnehmern ein
- Preise zeigen die relative Knappheit von Gütern an

Lenkungs- und Allokationsfunktion:

- Produktionsfaktoren werden dorthin gelenkt, wo sie den höchsten Ertrag erzielen

Anreiz- und Erziehungsfunktion:

- Anreiz für Innovation und zur Produktion benötigter Güter
- Belohnung für Ressourceneinsparung

Ausgleichs- und Koordinationsfunktion:

- Koordinierung von Angebot und Nachfrage -> Markträumung
- Pläne der Marktteure werden aufeinander abgestimmt

Auslese- und Selektionsfunktion:

- unrentable Anbieter müssen aus der Produktion ausscheiden

Quelle: Gans & Evers, 1988; Richert, 2010; Stiglitz & Walsh, 2010; Heertje & Wenzel, 2008; Piekenbrock, 2008