

Boller
Schön
Faaß

Volkswirtschaft – kompetenzorientiert zur AH-Reife

Berufliches Gymnasium – Jahrgangsstufen 1 und 2
Baden-Württemberg



Wirtschaftswissenschaftliche Bücherei für Schule und Praxis


Begründet von Handelsschul-Direktor Dipl.-Hdl. Friedrich Hutkap †

Verfasser:

Dr. Eberhard Boller, Studiendirektor


Wolfgang Schön, Studiendirektor

Lukas Faaß, Studienrat



Merkur
Verlag Rinteln

mvurl.de/t9mx



Der Merkur Verlag Rinteln kooperiert mit JL Education. JL Education bietet lehrplangerechte, didaktisch aufbereitete Erklärvideos für den Wirtschaftsunterricht. Erklärvideos und Materialien des Verlags sind aufeinander abgestimmt und werden an geeigneter Stelle verlinkt. Die Kombination unterschiedlicher Lernmedien erleichtert und erweitert den Spielraum für einen übergreifenden Kompetenzerwerb.

Fast alle in diesem Buch erwähnten Hard- und Softwarebezeichnungen sind eingetragene Warenzeichen.

Das Werk und seine Teile sind urheberrechtlich geschützt. Jede Nutzung in anderen als den gesetzlich zugelassenen Fällen bedarf der vorherigen schriftlichen Einwilligung des Verlags. Hinweis zu § 60a UrhG: Weder das Werk noch seine Teile dürfen ohne eine solche Einwilligung eingescannt und in ein Netzwerk eingestellt werden. Dies gilt auch für Intranets von Schulen und sonstigen Bildungseinrichtungen.

Die Merkur Verlag Rinteln Hutkap GmbH & Co. KG behält sich eine Nutzung ihrer Inhalte für kommerzielles Text- und Data Mining (TDM) im Sinne von § 44b UrhG ausdrücklich vor. Für den Erwerb einer entsprechenden Nutzungserlaubnis wenden Sie sich bitte an copyright@merkur-verlag.de.

Coverbild (links oben): CandyBox Images – Fotolia.com
(links unten): Robert Kneschke – Fotolia.com
(rechts): Sergey Nivens – www.colourbox.de

* * * * *

2. Auflage 2025

© 2022 by MERKUR VERLAG RINTELN

Gesamtherstellung:

MERKUR VERLAG RINTELN Hutkap GmbH & Co. KG, 31735 Rinteln

E-Mail: info@merkur-verlag.de

lehrer-service@merkur-verlag.de

Internet: www.merkur-verlag.de

Merkur-Nr. 0690-02

ISBN 978-3-8120-1159-4

JAHRGANGSSTUFE 1

15 Verhalten der Marktteilnehmer unter Wettbewerbsbedingungen

BPE 15

Handlungssituation 1: Der Schüler Max Schlaumeier betreibt einen Marktstand

Der 18-jährige Schüler Max Schlaumeier verdient sich gerne ein wenig Geld zusätzlich. Da Max schon recht früh in seinem Leben für sich erkannt hat, dass er gerne „sein eigenes Ding macht“, kam für ihn kein normaler Job infrage, sodass er sich vor drei Monaten selbstständig machte. Zu diesem Zweck hat er gemeinsam mit seinem Vater den Kleinwohnwagen des Großvaters zu einem schönen „Marktstand“ umgebaut und mit tollen Graffitis versehen. Mit dem mobilen Verkaufsstand fährt er dann zu verschiedenen Festen in der näheren Umgebung seines Wohnortes, um frisch zubereitete Crêpes zu verkaufen.

Zurzeit überlegt Max, ob er seinen Crêpestand für das eintägige Stadtfest seines Wohnortes am Sonntag anmelden soll, an dem vielfältige Marktstände die Einkaufspassage bereichern und zudem alle örtlichen Geschäfte geöffnet haben. Nach Auskunft der Organisatoren die-

ses Festes müsste er für den Stand eine Tagesgebühr von 150,00 EUR entrichten. Max verkauft die Crêpes zurzeit mit drei verschiedenen Belägen. Nach seiner Berechnung betragen die Kosten pro Crêpe inklusive Crêpetüte und Serviette unabhängig vom Belag ca. 1,00 EUR.

Da Max für das Backen eines Crêpes nur eine Herdplatte zur Verfügung steht, kann er während des zehnstündigen Stadtfestes maximal 300 Crêpes herstellen und verkaufen. Dieser „Engpass“ ist Max schon seit Längerem ein Dorn im Auge. Grundsätzlich wäre er in der Lage, zwei Herdplatten gleichzeitig zu bedienen und somit die oft langen und auch geschäftsschädigenden Warteschlangen an seinem Stand zu vermeiden. Die Anschaffung einer zweiten Herdplatte hat Max jedoch bisher noch zurückgestellt, da diese Spezialplatten sehr teuer sind.



Kompetenzorientierte Arbeitsaufträge:

1. Angenommen, Sie wollen bei herrlichem Sonnenschein dieses Stadtfest besuchen. Bestimmen Sie, welche Faktoren konkret Ihr Einkaufsverhalten an den einzelnen Ständen bzw. in den Geschäften beeinflussen!
2. Erläutern Sie beispielhaft, wie sich Preisänderungen auf Ihr Nachfrageverhalten auswirken!
3. Angenommen, Crêpes zählen zu Ihren absoluten Lieblings Speisen. Kurz bevor Sie den Marktstand von Max erreichen, sehen Sie, wie er den Preis pro Crêpe um 1,00 EUR erhöht. Erläutern Sie, welche Auswirkung diese Preiserhöhung auf Ihre Kaufentscheidung hat, wenn es keinen anderen Crêpestand gibt und Sie über ausreichend Taschengeld verfügen! Geben Sie an, wie Ihre Entscheidung ausfallen würde, wenn Crêpes nicht Ihre einzige Lieblings Speise wäre!
4. Bei einem der letzten Märkte, auf denen Max mit seinem Stand anwesend war, hat er wegen des geringen Absatzes nach vier Stunden den Preis für einen Crêpes um 1,00 EUR auf dann 3,00 EUR abgesenkt. In der Folgezeit verkaufte er pro Stunde 30 Crêpes, was im Vergleich zur Situation vor der Preiserhöhung einer Steigerung des Absatzes um 10 Stück pro Stunde gleichkam.

Ermitteln Sie die direkte Preiselastizität der Nachfrage und interpretieren Sie das Ergebnis! Gehen Sie dabei auch auf die Wirkung der Preissenkung auf den Umsatz ein!

5. Am Ende des Festes kam er kurz ins Gespräch mit seinem Nachbarstand, einem Verkaufsstand für belgische Waffeln mit unterschiedlichen Belägen. Der Betreiber teilte Max mit, dass sein Umsatz bei einem Verkaufspreis von 3,50 EUR pro Waffel nach der Preissenkung von Max um 28,00 EUR pro Stunde auf dann 112,00 EUR pro Stunde zurückgegangen sei. Berechnen Sie die Kreuzpreiselastizität und interpretieren Sie das Ergebnis!
6. Auf dem letzten Fest war auch Simon, einer der besten Stammkunden von Max, der seinen Stand auf fast allen Festen regelmäßig aufsucht. Nachdem dieser statt der ansonsten üblichen zwei Crêpes diesmal drei Crêpes am Stand von Max verspeiste, kamen sie kurz ins Gespräch. Dabei teilte ihm Simon mit, dass er durch seinen Aushilfsjob an der Tankstelle jetzt 50,00 EUR mehr pro Monat verdient und somit aktuell über insgesamt 450,00 EUR monatlich verfügt. Ermitteln Sie die Einkommenselastizität und interpretieren Sie das Ergebnis!

15.1 Bestimmungsfaktoren für das Nachfrageverhalten herausarbeiten sowie die Auswirkungen von deren Änderungen auf die Nachfrage analysieren

15.1.1 Preisabhängigen Verlauf der individuellen Nachfragekurve herausarbeiten

(1) Normales Nachfrageverhalten

Beschränken wir die Überlegungen zunächst **ausschließlich** auf die **Abhängigkeit** der **individuellen Nachfrage** eines Gutes von dessen **Preis**, dann kann man folgende **Beziehungen zwischen Preis und nachgefragter Menge** annehmen („Gesetz der Nachfrage“):



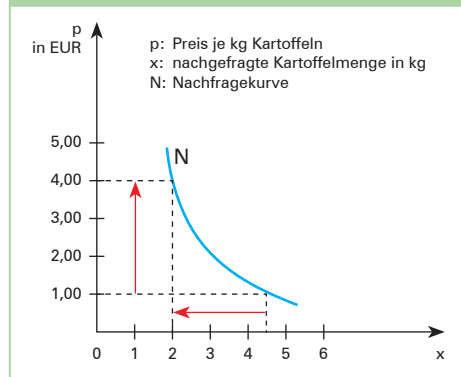
- Mit **steigendem** Preis eines Gutes **sinkt** die Nachfrage nach diesem Gut.
- Mit **sinkendem** Preis eines Gutes **steigt** die Nachfrage nach diesem Gut.

Das **Gesetz der Nachfrage** beschreibt das normale Nachfrageverhalten eines privaten Haushalts.

Beispiel:

Steigt im vorliegenden Fall der Preis für ein kg Kartoffeln von 1,00 EUR auf 4,00 EUR, sinkt die Nachfrage des Haushalts nach Kartoffeln von 4,5 kg auf 2,0 kg.

Normale Nachfrage eines 4-Personen-Haushalts nach Kartoffeln



Die **Nachfragekurven** sind von privatem Haushalt zu privatem Haushalt unterschiedlich, weil die Bedürfnisstrukturen und die Einkommens- und Vermögensverhältnisse verschiedenen sind.¹

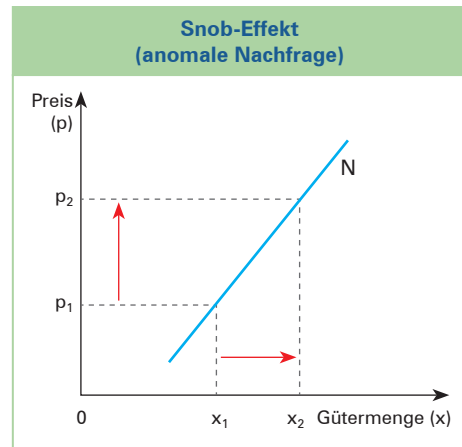
¹ Aus **Vereinfachungsgründen** wird die „Nachfragekurve“ in den **Wirtschaftswissenschaften grafisch** zumeist als **Gerade** und somit **mathematisch als lineare Funktion** dargestellt. Diese Vereinfachung wird im Folgenden in diesem **Schulbuch** ebenfalls praktiziert. Bei der mathematischen Darstellung ergeben sich **zwei Möglichkeiten**:

1. **Ausgehend** von einem bestimmten **Preis** wird die Frage beantwortet, wie hoch die sich dabei ergebende Nachfrage ist („horizontale Interpretation“). **Beispiel:** $x(p) = 4 - 0,25p$.
2. Bei der umgekehrten Interpretation beschreibt man den Zusammenhang **ausgehend** von einer bestimmten **Nachfragemenge**, wie hoch der sich dabei ergebende Preis ist („vertikale Interpretation“). **Beispiel:** $p(x) = 16 - 4x$.

(2) Atypisches (anomales) Nachfrageverhalten

Es ist sogar möglich, dass die Nachfragefunktion eine **anomale Gestalt** aufweist (vgl. Abbildung), d. h., dass bei **steigenden Preisen** mit **steigender Nachfrage** und umgekehrt zu rechnen ist. Diese Umkehrung des „Nachfragegesetzes“ (**anomale** oder **inverse Nachfrageelastizität**) lässt sich in der Realität im Wesentlichen auf folgende Ursachen zurückführen:

- Die Nachfrager **schließen von dem Preis direkt auf die Qualität eines Produktes**, sodass bei einem höheren Preis wegen der vermuteten höheren Qualität mehr von dem betreffenden Gut nachgefragt wird („**Qualitätsvermutungs-effekt**“).
- Die Nachfrager kaufen ein teures Markenprodukt, um sich von der Masse abzuheben („**Snob-Effekt**“). Dieses Phänomen lässt sich u. a. bei Bekleidung beobachten, der erst von einem gewissen Preis an ein Wert beigemessen wird (**Snob-Value**), schon deshalb, weil nicht jeder diesen hohen Preis bezahlen kann.



Beispiel:

Einem bisher eher unbekanntem Unternehmen gelingt es, sein Modelabel durch Marketingmaßnahmen mit Sportstars zu einer sehr begehrten Modemarke zu machen. Obwohl die Textilien um mehr als das Doppelte teurer werden, steigt der Absatz deutlich an.



15.1.2 Auswirkungen von Änderungen weiterer Bestimmungsfaktoren auf die Nachfragekurve untersuchen

Neben dem zu zahlenden Preis beeinflussen auch andere Faktoren die von den Nachfragern am Markt nachgefragte Gütermenge.

Zu diesen **weiteren Bestimmungsfaktoren** zählen vor allem

- die Preise anderer Güter,
- die Bedürfnissestruktur sowie
- das Einkommen,
- die Zukunftserwartungen.

Grundsätzlich gilt für all diese sonstigen Faktoren:

- Kommt es durch diese Einflussfaktoren zu einer **Ausweitung** der **individuellen** Nachfragemenge, so **verschiebt** sich die **individuelle** Nachfragekurve unter sonst gleichen Bedingungen nach **rechts**.
- **Verringert** sich die **individuelle** Nachfragemenge durch diese Einflussfaktoren, **verschiebt** sich die **individuelle** Nachfragekurve nach **links**.



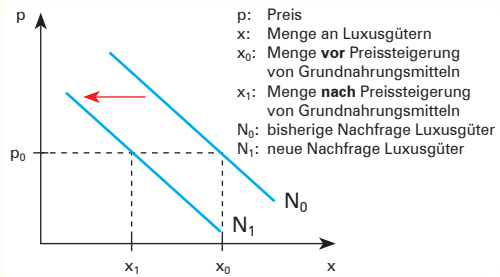
15.1.2.1 Preise anderer Güter

Auch die Preise anderer Güter haben Einfluss auf die Nachfrage des betrachteten Gutes.

Welche Wirkung von Preisänderungen anderer Güter ausgeht, hängt nicht zuletzt auch von möglichen **Beziehungen** der Güter untereinander ab:

Beispiel:

Steigen beispielsweise die Preise für Grundnahrungsmittel, steht weniger Kaufkraft für nicht lebensnotwendige Güter zur Verfügung. Die Nachfrage nach diesen Gütern **sinkt (Linksverschiebung der Nachfragekurve)**, d.h., zu **jedem** beliebigen Preis werden weniger **nicht** lebensnotwendige Güter (Luxusgüter) nachgefragt. Die Nachfrage nimmt ab.

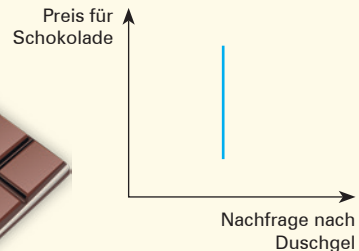


Substitutionsgüter ¹	Komplementärgüter ²
Steigt z.B. der Preis von Erdgas, dürfte die Nachfrage nach Brennholz zunehmen.	Steigt beispielsweise der Preis für Erdgas, dürfte die Nachfrage nach Gasheizungen zurückgehen.

Besteht zwischen der Nachfrage nach zwei Gütern **keinerlei** messbarer **Zusammenhang**, so bezeichnet man diese Güter als **unverbundene (indifferente) Güter**.

Beispiel:

Steigt der Preis für Schokolade, so dürfte dies keinerlei messbare Auswirkungen auf die Nachfrage nach Duschgel haben. Die Nachfrage nach Duschgel bleibt also bei Preisänderungen von Schokolade unverändert. Duschgel verhält sich indifferent zu Schokolade, die beiden Güter stehen in keinerlei Verbindung.



1 **Substitutionsgüter** sind solche Güter, die sich gegeneinander ersetzen lassen.

2 **Komplementärgüter** sind solche Güter, die sich gegenseitig ergänzen.

15.1.2.2 Einkommen

Da nur die mit Kaufkraft ausgestatteten Bedürfnisse zu konkreter Nachfrage am Markt führen können, hängt das Nachfrageverhalten entscheidend davon ab, welcher Geldbetrag für den Kauf von Gütern zur Verfügung steht.

- **Sinkt** das Einkommen der Haushalte, **verringert** sich die Nachfrage (**Linksverschiebung** der Nachfragekurve),
- **steigt** hingegen das Einkommen, so **erhöht** sich die Nachfrage (**Rechtsverschiebung** der Nachfragekurve).

Beispiele:

- Aufgrund eines wirtschaftlichen Aufschwungs gelingt es den Gewerkschaften, für die Beschäftigten dieses Landes hohe **Lohn- und Gehaltserhöhungen** in den Tarifverhandlungen durchzusetzen. Nun stehen den Haushalten mehr finanzielle Mittel zur Verfügung, die – sofern sie nicht komplett gespart werden – zumindest in Teilen in Form einer höheren Nachfrage am Markt wirksam werden. So könnten die Haushalte diese Einkommenserhöhung u. a. nutzen, um neue Möbel zu kaufen, häufiger ins Restaurant zu gehen oder ein neues Auto zu kaufen. Diese erhöhte Nachfrage führt zu einer Rechtsverschiebung der Nachfrage.



- Kommt es hingegen in einer Volkswirtschaft aufgrund von **Steuer- und Sozialabgabenerhöhungen** zu deutlichen Rückgängen beim verfügbaren Einkommen der Haushalte, sind diese gezwungen, ihre Nachfrage zu reduzieren. Dieser Nachfragerückgang wird sich vor allem auf solche Güter und Dienstleistungen auswirken, auf die die Haushalte verzichten könnten. Denkbar wäre, dass es u. a. zu einem Rückgang der Nachfrage nach Kino- oder Restaurantbesuchen, höherwertigen Lebensmitteln (Bioware) oder Markenkleidung kommt. Auf einigen Märkten führt diese Entwicklung also zu einer Linksverschiebung der Nachfragekurve.

Wie sich die nachgefragte Menge eines Gutes in Abhängigkeit von der Einkommensentwicklung der Haushalte ändert, lässt sich mittels der **Einkommenselastizität** messen¹.

15.1.2.3 Bedürfnisstruktur

Die relative Intensität, mit der ein Haushalt ein bestimmtes Gut wünscht, hat großen Einfluss darauf, welche Güter er in welchen Mengen nachfragt und welchen Preis der Haushalt hierfür bereit ist, zu zahlen. Aufgrund der **Verschiedenartigkeit** individueller Bedürfnisstrukturen kommt es zu unterschiedlichem Nachfrageverhalten.

Beispiele:

- Steigt bei Jugendlichen das Bedürfnis nach Speiseeis, so wird die Nachfrage nach dieser Speise im Sommer spürbar zunehmen (Rechtsverschiebung der Nachfragekurve).
- Kommen Rucksäcke als Schultaschen aus der Mode, wird deren Nachfrage deutlich zurückgehen (Linksverschiebung der Nachfragekurve).

¹ Vgl. hierzu Kapitel 15.2.3.

- **Steigt** das Bedürfnis in einer Volkswirtschaft nach einem bestimmten Produkt oder einer Dienstleistung, **erhöht** sich die Nachfrage (**Rechtsverschiebung** der Nachfragekurve).
- **Sinkt** hingegen in einer Volkswirtschaft das Bedürfnis nach einem bestimmten Produkt oder einer Dienstleistung, **verringert** sich die Nachfrage (**Linksverschiebung** der Nachfragekurve).

15.1.2.4 Zukunftserwartungen

Das Nachfrageverhalten der Haushalte wird zudem stark durch die Zukunftserwartungen geprägt.

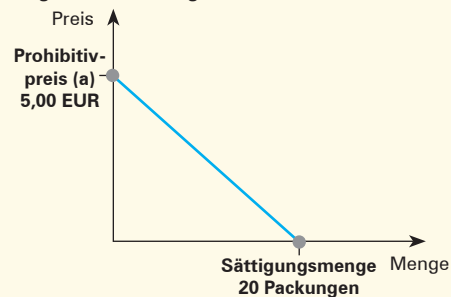
- Rechnet man beispielsweise für die Zukunft mit **steigenden** Preisen, so kann diese Erwartung bereits im Vorfeld – z.B. wegen sogenannter „Hamsterkäufe“ – zu höheren Konsumausgaben der Haushalte führen (**Rechtsverschiebung** der Nachfragekurve).
- Sieht man die Sicherheit seines Arbeitsplatzes zukünftig gefährdet und erwartet ein sinkendes Haushaltseinkommen, kann dies durchaus eine zurückhaltendere Nachfrage bewirken. Es kommt zu einer **Linksverschiebung** der Nachfragekurve.

15.1.3 Individuelle Nachfragekurve beschreiben

Güter werden nicht nur von privaten Haushalten (Einpersonen- oder Mehrpersonenhaushalten), sondern auch von Unternehmen, dem Staat (z.B. Bund, Länder, Gemeinden) und vom Ausland (Unternehmen, private Haushalte, Staaten) nachgefragt. Die Nachfrage eines **einzelnen** privaten Haushalts, eines Unternehmens oder einer staatlichen Einrichtung wird **individuelle Nachfrage**¹ genannt.

Beispiel:

Die Studentin Sinay kauft mit Vorliebe die Nudelsorte „Pastatraum“. Auf Preisänderungen reagiert sie wie folgt:



Preis je Packung in EUR	Monatlich nachgefragte Packungen (x)
0,00 ²	20
0,50	18
1,00	16
1,50	14
2,00	12
2,50	10
3,00	8
3,50	6
4,00	4
4,50	2
5,00	0

Die Nachfrage von Sinay lässt sich wie folgt mathematisch beschreiben: $f(x) = 20 - 4p$.

Das vorangestellte Beispiel verdeutlicht, dass die **individuelle** Nachfragekurve ihren **Ursprung** auf der y-Achse in Höhe des sogenannten **Prohibitivpreises** hat und die x-Achse bei der **Sättigungsmenge** schneidet.



- Der **Prohibitivpreis** ist jener Preis, bei dem die nachgefragte Menge **null** beträgt, da der Nachfrager zu diesem Preis **nicht** mehr bereit ist, das Gut zu kaufen.
- Die **Sättigungsmenge** ist jene Menge, die bei einem **Preis** von **null** nachgefragt wird.

1 **Individuell** (lat., franz.): einzeln, dem Einzelwesen eigentümlich, auf den Einzelnen bezogen.

2 Unterstellen wir, dass Sinay die Möglichkeit hat, die Nudeln kostenlos im Rahmen einer von Studierenden organisierten **Food-sharing-Aktion** (Lebensmittel teilen bzw. retten statt wegwerfen) zu bekommen, so wird die von ihr nachgefragte Menge unter anderem durch den begrenzten Lagerplatz in ihrer kleinen Wohnung auf 20 Packungen eingeschränkt.

Exkurs: Modellbildung in der VWL

Mit Blick auf die Komplexität des Wirtschaftsgeschehens ist es nahezu unmöglich, alle Facetten der Realität bei der Gewinnung von Erkenntnissen mit zu berücksichtigen. Somit vollzieht sich ökonomisches Denken nicht nur im vorliegenden Schulbuch, sondern typischerweise in Form von Modellen, die lediglich einen Teil der komplexen Realität abbilden.

- **Modelle** sind eine **gedankliche Hilfskonstruktion** zur **vereinfachten** Abbildung der Realität.
- Einfache Modelle abstrahieren die Wirklichkeit und werden anschließend dem **Prinzip der abnehmenden Abstraktion** folgend durch schrittweise Einführung zusätzlicher, realitätsnaher Annahmen nach und nach verbessert.



Ein wertvolles Hilfsmittel bei der Konstruktion von Modellen ist die **Ceteris-paribus-Klausel** („unter sonst gleichen Bedingungen“), die es im Kern ermöglicht, den Einfluss einer Größe als **Ursache** (in vorgeanntem Beispiel die Preisänderung) auf eine andere Größe im Sinne einer **Wirkung** (in nebenstehendem Beispiel die nachgefragte Menge) isoliert unter Konstanz der übrigen Bedingungen zu untersuchen.

Beispiel:

Die Ceteris-paribus-Klausel ermöglicht beispielsweise eine Aussage darüber zu treffen, wie sich die nachgefragte Menge nach Gut X ändert, wenn der Preis für dieses Gut fällt und alle anderen Bedingungen (z. B. Qualität dieses Gutes, Einkommen der Haushalte, Preise anderer Güter) unverändert bleiben.

15.1.4 Gesamtnachfrage (Marktnachfrage) für ein Gut herleiten

Die **Gesamtnachfrage (Marktnachfrage)** für ein Gut ist die **Nachfrage aller privaten Haushalte** für dieses Gut. Sie ergibt sich aus der **Aggregation¹** (Queraddition) **aller individuellen Haushaltsnachfragen**.



Die nachfolgende Tabelle zeigt die Nachfrage zweier Haushalte nach Kartoffeln in Abhängigkeit vom Preis sowie die sich daraus ergebende Marktnachfrage.

Beispiel:

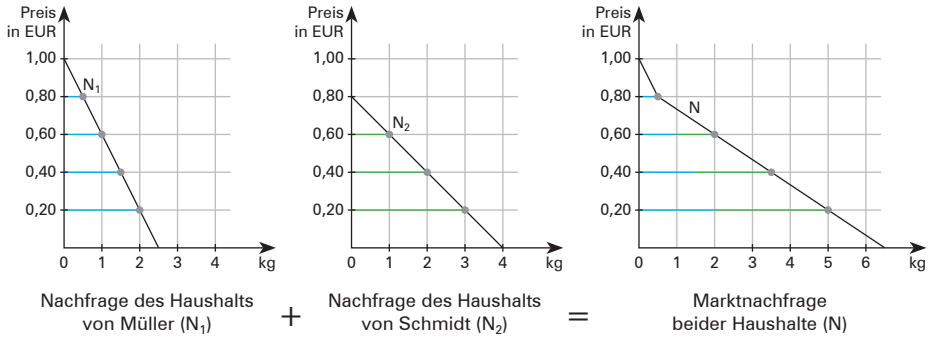
Die Preisabhängigkeit der Nachfrage zweier Haushalte sei wie folgt festgelegt:



Preis in EUR je kg	Nachgefragte Mengeneinheiten (kg Kartoffeln) je Zeiteinheit (je Woche) durch die Haushalte		Marktnachfrage nach Kartoffeln beider Haushalte (1) + (2)
	Müller (1)	Schmidt (2)	
1,00	–	–	–
0,80	0,5	–	0,5
0,60	1	1	2
0,40	1,5	2	3,5
0,20	2	3	5
0,00	2,5	4	6,5

1 **Aggregation:** Vereinigung, Zusammenfassung.

Aggregation der individuellen mengenmäßigen Haushaltsnachfragekurven zur mengenmäßigen Marktnachfragekurve



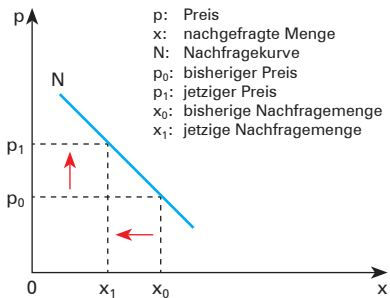
Unterstellt man, dass sich die Mehrzahl aller Nachfrager nach dem „Gesetz der Nachfrage“ verhalten und fasst man gedanklich **alle individuellen Nachfragekurven** zusammen, erhält man die Marktnachfragekurve (Gesamtnachfragekurve nach **einem** Gut).



Die **Marktnachfragekurve** zeigt, wie groß die mengenmäßige Nachfrage nach einem Gut bei **unterschiedlichen** Preisen dieses Gutes ist.

Wie die nebenstehende **Abbildung verdeutlicht**, gilt: **Steigt** der Preis von p_0 nach p_1 , so **sinkt** die am Markt nachgefragte Menge von x_0 nach x_1 .

Normale Gesamtnachfrage



15.1.5 Verschiebung der Gesamtnachfragekurve erläutern

In der Wirtschaft verändern sich die Nachfrageverhältnisse laufend, d. h., die Nachfragekurven **verschieben** sich. Solche Verschiebungen treten z. B. ein, wenn sich

- die **Bedürfnisse** ändern,
- die **Preise anderer Güter** steigen oder fallen,
- die **Zahl der Nachfrager** wächst oder schrumpft (z. B. aufgrund einer Bevölkerungszunahme oder -abnahme) oder
- die **Einkommen** steigen.



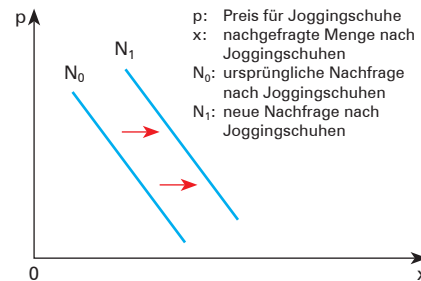
- **Zunehmende Nachfrage** bedeutet, dass bei **gegebenen** Preisen **mehr** nachgefragt wird: Die Nachfragekurve verschiebt sich nach „rechts“.
- **Abnehmende Nachfrage** bedeutet, dass bei **gegebenen** Preisen **weniger** nachgefragt wird: Die Nachfragekurve verschiebt sich nach „links“.

Beispiele:

- Durch neue Studien wird belegt, dass regelmäßiges Joggen schon bei zwei Stunden pro Woche die durchschnittliche Lebenserwartung um mehrere Jahre ansteigen lässt. Diese Erkenntnis wird über einen längeren Zeitraum in verschiedenen Medien sehr umfangreich thematisiert. Daraufhin nimmt die Nachfrage nach Joggingsschuhen stark zu.



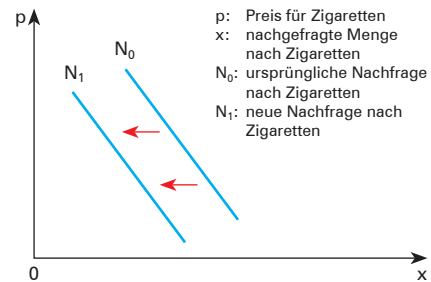
Zunehmende Nachfrage nach Joggingsschuhen



- Aufgrund der Antiraucherkampagne mag es sein, dass einige Haushalte das Rauchen ganz aufgeben bzw. einige Haushalte den Konsum senken. Die Nachfrage nach Zigaretten wird also bei gleichen Preisen und gleichbleibenden Einkommen insgesamt zurückgehen. Die Nachfragekurve verschiebt sich nach „links“.



Abnehmende Nachfrage nach Zigaretten



Die vorgenannten Ausführungen zu den **Verschiebungen** der **Gesamtnachfrage** lassen sich **deckungsgleich** auf die **individuelle Nachfrage** übertragen. So wird sich auch bei dem Einzelnen die Nachfrage nach Joggingsschuhen erhöhen (**Rechtsverschiebung** der **individuellen Nachfragekurve**), um durch Joggen eventuell eine höhere Lebenserwartung zu erreichen. Ebenso wird es einzelne Nachfrager geben, deren Nachfrage nach Zigaretten aufgrund der Antiraucherkampagne zurückgeht (**Linksverschiebung** der **individuellen Nachfragekurve**).