

FACHBUCHREIHE
für wirtschaftliche Bildung

Wirtschafts- kompetenz

für die gewerblichen, hauswirtschaftlich-pflegerisch-
sozialpädagogischen sowie landwirtschaftlichen Berufsschulen

Lernsituationen, 3. Ausbildungsjahr

6. Auflage

Lektorat: Jürgen Müller, 79112 Freiburg i. Br.

VERLAG EUROPA-LEHRMITTEL
Nourney, Vollmer GmbH & Co. KG
Düsselberger Straße 23
42781 Haan-Gruiten

Europa-Nr.: 47274



Mitarbeiter des Arbeitskreises

Felsch, Stefan, Oberstudienrat, Freiburg i. Br.
Frühbauer, Raimund, Oberstudiendirektor, Wangen i. A.
Kurtenbach, Stefan, Studiendirektor, Bad Saulgau
Metzler, Sabrina, Oberstudienrätin, Wangen i. A.
Müller, Jürgen, Studiendirektor, Freiburg i. Br.

Leitung des Arbeitskreises und Lektorat

Jürgen Müller, 79112 Freiburg i. Br.

Bildbearbeitung

Verlag Europa-Lehrmittel, 42781 Haan-Gruiten

Wichtiger Hinweis

In diesem Buch befinden sich Verweise/Links auf Internetseiten. Für die Inhalte auf diesen Seiten sind ausschließlich die Betreiber verantwortlich, weshalb eine Haftung ausgeschlossen ist. Für den Fall, dass Sie auf den angegebenen Internetseiten auf illegale und anstößige Inhalte treffen, bitten wir Sie, uns unter info@europa-lehrmittel.de davon in Kenntnis zu setzen, damit wir beim Nachdruck dieses Buches den entsprechenden Link entfernen können.

ISBN 978-3-7585-4729-4

6. Auflage 2025

Druck 5 4 3 2 1

Alle Drucke derselben Auflage sind parallel einsetzbar, da sie bis auf die Korrektur von Druckfehlern identisch sind.

Alle Rechte vorbehalten. Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der gesetzlich geregelten Fälle muss vom Verlag schriftlich genehmigt werden.

© 2025 by Verlag Europa-Lehrmittel, Nourney, Vollmer GmbH & Co. KG, 42781 Haan-Gruiten
www.europa-lehrmittel.de

Umschlag: tiff.any GmbH & Co. KG, Berlin

Umschlagfoto: hans engbers – fotolia.com

Layout/Satz: tiff.any GmbH & Co. KG, Berlin

Druck: Plump Druck & Medien GmbH, 53619 Rheinbreitbach

Vorwort

Die Arbeitsbuchreihe **Wirtschaftskompetenz – Lernsituationen** ist abgestimmt auf den **Bildungsplan Wirtschaftskompetenz für Baden-Württemberg**.

Die Arbeitsbuchreihe ist **einsetzbar in allen Ausbildungsberufen der folgenden Berufsschulen:**

- **gewerbliche Berufsschulen**
- **hauswirtschaftlich-pflegerisch-sozialpädagogische Berufsschulen**
- **landwirtschaftliche Berufsschulen**

Die Reihe enthält die folgenden Bände:

- **Band 1 – Lernsituationen, 1. Ausbildungsjahr**
Kompetenzbereich I: Die Rolle des Mitarbeiters in der Arbeitswelt aktiv ausüben
- **Band 2 – Lernsituationen, 2. Ausbildungsjahr**
Kompetenzbereich II: Als Konsument rechtliche Bestimmungen in Alltagssituationen anwenden
- **Band 3 – Lernsituationen, 3. Ausbildungsjahr**
Kompetenzbereich III: Wirtschaftliches Handeln in der Sozialen Marktwirtschaft beurteilen
Kompetenzbereich IV: Entscheidungen im Rahmen einer beruflichen Selbstständigkeit treffen

Die Lernsituationen der drei Bände haben einen **einheitlichen Aufbau:**

- Ausgangssituation,
- Aufträge,
- Datenkranz.

Jede **Lernsituation kann selbstständig mit dem umfassend vorhandenen Datenkranz bearbeitet werden**. Die Lernsituationen orientieren sich an **konkreten beruflichen Aufgabenstellungen, alltäglichen Konsumentenentscheidungen und Handlungsabläufen in Unternehmen**. Die Lernenden erlangen durch die individuelle und auch teamorientierte Bearbeitung der Lernsituationen umfassende Kompetenzen.

Jeder Lernsituationenband wird am Ende durch eine **Sammlung von methodischen Werkzeugen** ergänzt. Diese erleichtern die individuelle oder gruppenbezogene Problemlösung der Lernsituationen. Die Bücher der Reihe können **schulart- und lehrplanübergreifend in allen Ausbildungsberufen** eingesetzt werden, **in denen Wirtschafts- und Sozialkunde unterrichtet wird**.

Die Lernsituationenbände sind **abgestimmt auf die Inhalte des Informationsbandes Wirtschaft – Recht – Beruf** (Wirtschaftskunde für berufliche Schulen), der die Inhalte des Bildungsplanes unter fachsystematischen Gesichtspunkten darstellt. Um die jeweiligen Inhalte im Informationsband leichter zu finden, haben die einzelnen Lernsituationen dieses Lern- und Arbeitsbuches neben der Ausgangssituation einen **symbolischen Verweis** zu den jeweiligen zugeordneten Kapiteln im Informationsband. Der Informationsband ist unter der **Europanummer 77215** erhältlich.

Ein **Lösungsbuch** zu den Lernsituationen ist im Verlagsprogramm erhältlich (**Europa-Nummer 47281**).

Ihr **Feedback** ist uns wichtig. Ihre Anmerkungen, Hinweise und Verbesserungsvorschläge zu diesem Buch nehmen wir gerne auf – schreiben Sie uns unter lektorat@europa-lehrmittel.de.

Die Verfasser

Rottenburg, Juli 2025

Inhaltsverzeichnis

Band 3 – Lernsituationen, 3. Ausbildungsjahr

Kompetenzbereich III: Wirtschaftliches Handeln in der Sozialen Marktwirtschaft beurteilen

Kompetenzbereich IV: Entscheidungen im Rahmen einer beruflichen Selbstständigkeit treffen

Lernsituation	Seite	Zuordnung im Bildungsplan
Kompetenzbereich III: Wirtschaftliches Handeln in der Sozialen Marktwirtschaft beurteilen		
1	Markt als Ort des Zusammentreffens von Angebot und Nachfrage	7
2	Gesamtangebot, Gesamtnachfrage, Gleichgewichtspreis bei einem Polypol	13
3	Nachteile der freien Marktpreisbildung und Einflussmöglichkeiten des Staates auf die Marktpreisbildung	17
4	Wesen der Sozialen Marktwirtschaft und Wirkung der Instrumente der Sozialen Marktwirtschaft	26
5	Zusammenhang zwischen Inflation, Deflation und Kaufkraft	33
6	Bruttoinlandsprodukt als gesamtwirtschaftliche Messgröße	43
7	Idealtypischer Konjunkturverlauf und Konjunkturindikatoren	53
8	Maßnahmen zur Beeinflussung der Konjunktur und ihre Auswirkungen	59

Kompetenzbereich IV: Entscheidungen im Rahmen einer beruflichen Selbstständigkeit treffen			
1	Motive einer hauptberuflichen Selbstständigkeit	69	Unter Berücksichtigung der besonderen Anforderungen an eine Unternehmerpersönlichkeit erörtern die Schülerinnen und Schüler private und berufliche Chancen und Risiken (<i>soziale Sicherung, Verantwortung, Einkommen/Vermögen, Arbeitsbelastung</i>) sowie Motive einer hauptberuflichen Selbstständigkeit.
2	Geschäftsplan	75	Ausgehend von einer konkreten Geschäftsidee skizzieren die Schülerinnen und Schüler exemplarisch einen Geschäftsplan (<i>Inhalt, Funktion, Adressaten</i>). Sie setzen sich mit der Bedeutung von Standortfaktoren im Kontext zur Geschäftsidee auseinander.
3	Rechtsformen	81	Sie vergleichen Rechtsformen (<i>GbR, Einzelunternehmen, GmbH/UG</i>) anhand verschiedener Merkmale (<i>Mindestkapital, Haftung, Geschäftsführung</i>) und prüfen, welche Rechtsform sich unter Berücksichtigung der persönlichen Voraussetzungen und der Geschäftsidee am besten eignet.
4	Kapitalbedarfsplan	86	Die Schülerinnen und Schüler ermitteln auf der Grundlage der Geschäftsidee exemplarisch den Kapitalbedarf bei einer Unternehmensgründung (<i>Kapitalbedarfsplan</i>).

Methoden		Seite
► M1	Brainstorming – Kartenabfrage	91
► M2	E-Mail erstellen	92
► M3	Gruppen-/Teamarbeit	93
► M4	Diskutieren	94
► M5	Gruppenpuzzle/Partnerpuzzle	95
► M6	Mindmapping	96
► M7	Placemat-Activity (Platzdeckchen-/Tischset-Methode)	97
► M8	Plakat gestalten	98
► M9	Präsentieren	99
► M10	Protokoll erstellen	100
► M11	Rollenspiel	101
► M12	Schaubild interpretieren	102
► M13	Struktur legen	103
► M14	Einen Text erschließen	104
► M15	Veranschaulichen mit Strukturbildern	105
► M16	Galeriegang – jeder präsentiert	106
► M17	Stationenlernen (Lernzirkel)	107



Kompetenzbereich III

Wirtschaftliches Handeln in der Sozialen Marktwirtschaft beurteilen

Lernsituationen

LS 1	Markt als Ort des Zusammentreffens von Angebot und Nachfrage	7
LS 2	Gesamtangebot, Gesamtnachfrage, Gleichgewichtspreis bei einem Polypol	13
LS 3	Nachteile der freien Marktpreisbildung und Einflussmöglichkeiten des Staates auf die Marktpreisbildung	17
LS 4	Wesen der Sozialen Marktwirtschaft und Wirkung der Instrumente der Sozialen Marktwirtschaft	26
LS 5	Zusammenhang zwischen Inflation, Deflation und Kaufkraft	33
LS 6	Bruttoinlandsprodukt als gesamtwirtschaftliche Messgröße	43
LS 7	Idealtypischer Konjunkturverlauf und Konjunkturindikatoren	53
LS 8	Maßnahmen zur Beeinflussung der Konjunktur und ihre Auswirkungen	59

III Lernsituation 1

Markt als Ort des Zusammentreffens von Angebot und Nachfrage

Jörg macht eine Ausbildung als Tischler in der Möbelschreinerei Klaus & Sohn GmbH in Radolfzell. Das Unternehmen ist in der Region einer der wenigen Anbieter von Echtholzküchen.

Auch in seiner Freizeit beschäftigt sich Jörg gerne mit Holz. Er schnitzt vor allem verschiedene Schalen und Schüsseln aus unterschiedlichen Hölzern, die er dann auf Handwertermärkten in der Region verkauft. Auf diesen gut besuchten Handwertermärkten werden sehr unterschiedliche Waren angeboten. Meist gibt es jeweils für eine bestimmte Ware (z. B. Holzschalen) nur einen einzigen Stand.

Zurzeit wohnt Jörg noch zu Hause bei seinen Eltern. Allerdings würde er gerne demnächst ausziehen und sich eine eigene kleine Wohnung – am besten mit einer kleinen Werkstatt – suchen. Deswegen verfolgt er derzeit interessiert den Wohnungsmarkt in der Region. In der Zeitung findet er auch einen heute noch aktuellen Artikel zur Situation auf dem Wohnungsmarkt in Deutschland.

Analyse des DIW

Wohnungsmarkt 2024: Rekordmieten und knapper Wohnraum

Während die Bauindustrie in einer tiefen Krise steckt und der Neubau stockt, klettern die Mieten für Wohnungen kräftig nach oben. Grund: Hohe Nachfrage, begrenztes Angebot.

Die Mieten in Deutschland erreichen 2024 neue Rekordhöhen. Laut einer Analyse des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung (DIW) stiegen die Nettokaltmieten im Durchschnitt um rund 4 %.

Historischer Anstieg der Mieten

In Deutschland steigen die Mieten unaufhaltsam. Die aktuelle Analyse des DIW zeigt, dass die Nettokaltmieten 2024 im Schnitt um rund 4 % gestiegen sind. Dieser Trend setzt sich sowohl bei Bestands- als auch bei Neubauwohnungen fort. Seit 2010 summieren sich die Mietsteigerungen auf satte 64 Prozent.

Besonders betroffen sind Großstädte wie Berlin, München und Hamburg. Dort liegt die Leerstandsquote bei teilweise unter 1 %. „Schon bei einer Quote unter 3 % gilt ein Wohnungsmarkt als angespannt“, betonen die DIW-Experten Konstantin Kholodilin und Malte Rieth.

Sinkende Kaufpreise als kurzfristige Entlastung

Während Mieten in die Höhe schnellen, zeichnet sich bei Kaufpreisen ein anderes Bild. Laut DIW fielen die Preise für Baugrundstücke, Eigenheime und Eigentumswohnungen im Jahresdurchschnitt 2024 um 5 %. In den Metropolen war der Rückgang sogar noch stärker. Einfamilienhäuser in mittlerer Lage verloren beispielsweise 16 % an Wert.

Allerdings könnte dieser Trend bald enden. Seit Mitte 2024 steigen die Kaufpreise wieder, was auf gesunkene Kreditzinsen und eine weiterhin hohe Nachfrage zurückzuführen ist.

Wohnungsmarkt bleibt angespannt

Neben den steigenden Mieten belasten die niedrigen Leerstandsquoten den Markt. Diese sind seit 2022 weiter gesunken und liegen bundesweit bei durchschnittlich 2,5 %.

Wohnungsknappheit bleibt laut DIW das zentrale Problem. 2023 wurden weniger als 300.000 neue Wohnungen gebaut. Für 2024 sieht es ähnlich düster aus. „Die neue Bundesregierung muss dringend handeln“, fordert Rieth. Neben öffentlicher Bautätigkeit seien einfachere Bauvorschriften und schnellere Genehmigungsverfahren nötig. (mit dpa)

Quelle: <https://www.ingenieur.de/technik/fachbereiche/bau/wohnungsmarkt-2024-rekordmieten-und-knapper-wohnraum/>

- 1** Möbelmarkt, Handwerkermarkt, Wohnungsmarkt – Jörg möchte wissen, was ist ein Markt? Lesen Sie den Informationstext ►D1 und helfen Sie Jörg, den Begriff »Markt« zu klären.

- 2** Wenn Jörg sich diese drei Märkte (Möbelmarkt, Handwerkermarkt, Wohnungsmarkt) anschaut, sind diese sehr unterschiedlich. Er überlegt sich, wer auf diesen Märkten als Anbieter und Nachfrager auftritt. Er erkennt deutliche Unterschiede in der Anzahl der Marktteilnehmer. Erstellen Sie für Jörg eine Tabelle mit den drei Märkten, deren Anzahl an Anbietern (einer, wenige, viele) und Nachfragern (einer, wenige, viele) sowie der jeweiligen Marktform. Lesen Sie dazu den Informationstext ►D2.

Markt	Anzahl an Anbietern	Anzahl an Nachfragern	Marktform
Möbelmarkt			
Handwerkermarkt (Holzschalen)			
Wohnungsmarkt			

- 3** In der Berufsschule trifft Jörg seinen Freund Giuseppe. Jörg erzählt ihm von seinen Überlegungen zu den unterschiedlichen Marktformen.

Giuseppe: Wenn du also auf dem Handwerkermarkt mit deinen Holzschalen das Monopol hast, kannst du die Schalen ja so teuer verkaufen, wie du willst.

Jörg: So einfach ist das glaube ich nicht. Und wie sieht es bei der Preisbildung für die Anbieter auf dem Möbel- und Wohnungsmarkt aus?

Unterstützen Sie Giuseppe und Jörg. Überlegen Sie, wie sich die Anbieter auf den drei Märkten (Möbelmarkt, Handwerkermarkt, Wohnungsmarkt) bei der Preisbildung verhalten sollten. Notieren Sie in der Tabelle für jeden genannten Markt eine Empfehlung. Lesen Sie dazu den Informationstext ►D3.

Markt	Empfehlung
Möbelmarkt	
Handwerkermarkt (Holzschalen)	
Wohnungsmarkt	

- 4 Bei ihren Recherchen über Märkte haben die beiden Freunde immer wieder von unvollkommenen Märkten gelesen. Jörg fragt Giuseppe: »Gibt es dann eigentlich auch einen vollkommenen Markt?« Darauf wissen beide keine Antwort. Helfen Sie den beiden und informieren Sie sich, was unter einem »vollkommenen Markt« verstanden wird und ergänzen Sie die untenstehende Tabelle. Lesen Sie dazu den Informationstext ►D4.

Kriterium des vollkommenen Marktes	Erklärung

- 5 Erläutern Sie, ob es sich bei den drei Märkten (Möbelmarkt, Handwerkermarkt, Wohnungsmarkt) um vollkommene oder unvollkommene Märkte handelt.

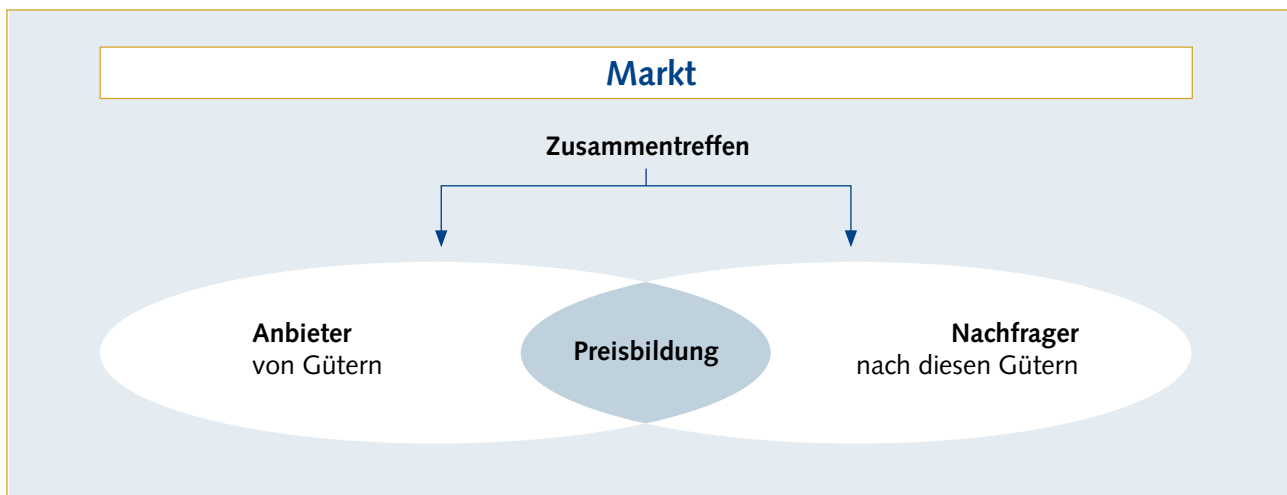
DATENKRANZ

D1 Markt als Ort des Zusammentreffens von Angebot und Nachfrage

Es gibt eine Vielzahl von Märkten. Manche Märkte – wie z. B. den Wochenmarkt – kann jeder besuchen, sich das Warenangebot anschauen und prüfen und mit den Händlern darüber sprechen. Andere Märkte sind für die meisten gar nicht erreichbar (Aktienmarkt

in Tokio), oder es liegen gar keine konkreten Waren aus (Arbeitsmarkt in Deutschland).

Allen Märkten gemeinsam ist, dass sich auf einem Markt Anbieter und Nachfrager von Gütern treffen, um diese zu tauschen. Dabei bildet sich ein Preis für die Güter (Gleichgewichtspreis).

**D2 Einteilung nach der Zahl der Marktteilnehmer (Marktformen)**

Für das Verhalten von Anbietern und Nachfragern ist die Zahl der Marktteilnehmer von großer Bedeutung. Je größer die Zahl der Anbieter, desto stärker ist beispielsweise der zu erwartende Konkurrenzkampf. Ein Anbieter mit vielen Konkurrenten trifft andere Entscheidungen als ein alleiniger Anbieter, der die gesamte Nachfrage auf sich vereinigt.

Bei Märkten mit vielen Nachfragern werden nach der Zahl der Anbieter folgende Marktformen unterschieden:

- a) Polypol: Viele Nachfrager stehen vielen Anbietern gegenüber. Die Konkurrenten sind miteinander im Wettbewerb.
- b) Angebotsoligopol: Einige wenige Anbieter beherrschen den Markt.
- c) Angebotsmonopol: Das gesamte Angebot auf dem Markt eines Gutes befindet sich in einer Hand.

D3 Verhalten der Marktteilnehmer

Je nach Marktform (Polypol, Angebotsoligopol, Angebotsmonopol) unterscheidet sich das Verhalten der Marktteilnehmer.

Marktform	Verhalten der Marktteilnehmer	
Polypol	Anbieter können keinen direkten Einfluss auf den Marktpreis nehmen, da ihr Marktanteil jeweils zu gering ist. Die Nachfrager können sich für den Anbieter des günstigsten Gutes entscheiden. Auf dem Markt herrscht ein intensiver Wettbewerb.	
Angebotsoligopol	Es lassen sich zwei Strategien bei den Anbietern unterscheiden:	
	Preiskampf: Ein Anbieter senkt den Preis, um seinen Absatz zu steigern. Daraufhin werden die anderen Anbieter ebenfalls den Preis senken. Es kommt zu einem Preiskampf (z. B. Lebensmittel-discounter). Von diesem Preiskampf profitieren die Nachfrager, da der Preis sinkt.	Preisführerschaft: Die Anbieter lassen den Preis für ein Gut auf einem bestimmten Niveau. Erhöht ein Anbieter (»Preisführer«) den Preis, folgen die anderen Anbieter innerhalb kurzer Zeit (z. B. Benzinpreise an Tankstellen). Unter den steigenden Preisen leiden die Nachfrager.
Angebotsmonopol	Der Preis und die angebotene Menge können vom Anbieter festgelegt werden. Er muss dabei darauf achten, dass der Preis nicht zu hoch ist, da sonst die Nachfrager weniger kaufen wollen.	

D4 Vollkommener Markt

Man unterscheidet zwischen dem vollkommenen und dem unvollkommenen Markt.

Ein vollkommener Markt muss folgende Voraussetzungen erfüllen:

1. Alle Marktteilnehmer verfügen über die erforderlichen Informationen, um ihre Käufe bzw. Verkäufe zu tätigen. Der Markt ist damit für alle voll überschaubar, d. h. transparent. Diese Eigenschaft wird Markttransparenz genannt.

Beispiel: An einer Aktienbörse kennen alle Anbieter und Nachfrager den aktuellen Preis (Kurs) einer Aktie.

2. Die auf dem Markt von Konkurrenten angebotenen Güter sind völlig gleichartig (homogen).

Beispiel: Mehl vom Typ 405 ist bei jedem Anbieter gleich.

3. Einzelne Marktteilnehmer werden von anderen Marktteilnehmern nicht bevorzugt, weder in sachlicher, zeitlicher, örtlicher noch persönlicher Hinsicht (keine Präferenzen).

Beispiel: Ein Kunde geht immer zum selben Bäcker, weil er dorthin schon seit Jahren geht.

4. Zentralisierter Markt. Angebot und Nachfrage müssen an einem Ort zu einem bestimmten Zeitpunkt aufeinandertreffen.

Beispiel: Der Obst- und Gemüsemarkt in einer Stadt findet an einem Ort zur immer gleichen Zeit statt.

Wenn mindestens eine der Voraussetzungen des vollkommenen Marktes nicht erfüllt ist, wird von einem unvollkommenen Markt gesprochen.

III Lernsituation 2

Gesamtangebot, Gesamtnachfrage, Gleichgewichtspreis bei einem Polypol

Die Möbelschreinerei Klaus & Sohn GmbH in Radolfzell kauft das für die Herstellung von Küchenmöbeln benötigte Holz bei regionalen Anbietern. Einer der Holzhändler erzählt Jörg (Auszubildender als Tischler), dass Holz auch auf Holzbörsen gehandelt wird. Er bietet an, Jörg einmal zu einem Holzmakler mitzunehmen. Dieses Angebot nimmt Jörg gerne an. Wenige Tage später besuchen der Holzhändler und Jörg den Makler.

An der Holzbörse liegen dem Makler für Schnittholzstämmen (Fichte, Durchmesser 40 cm, Länge 300 cm, Qualität A) folgende Kaufaufträge vor:

Händler (Käufer)	gewünschte Kaufmenge (Nachfrage)	höchstens bereit zu bezahlen
A	125 fm	110,00 €/fm
B	100 fm	130,00 €/fm
C	125 fm	145,00 €/fm
D	125 fm	165,00 €/fm
E	50 fm	185,00 €/fm

Anmerkung: 1 Festmeter (fm) Holz entspricht 1 Kubikmeter (m^3) massivem Holz

Von den Anbietern liegen dem Makler folgende Verkaufsaufträge vor:

Forstbetrieben (Verkäufer)	mögliche Verkaufsmenge (Angebot)	folgender Verkaufspreis sollte mindestens erzielt werden
F	100 fm	185,00 €/fm
G	175 fm	165,00 €/fm
H	100 fm	145,00 €/fm
I	125 fm	130,00 €/fm
J	75 fm	110,00 €/fm

AUFTRÄGE

1 Jörg schaut sich die Tabelle mit den Kaufaufträgen genauer an und fragt sich,

- welche Händler Holz bei einem Preis von 165,00 €/fm kaufen.
- wie groß die nachgefragte Menge bei diesem Preis ist.

Unterstützen Sie Jörg bei der Beantwortung seiner Fragen.

- 2 Jörg möchte sich einen besseren Überblick über die **Gesamtnachfrage** bei unterschiedlichen Preisen verschaffen. Unterstützen Sie ihn und ergänzen Sie die folgende Tabelle:

Preis in €/fm	Nachfrage in fm von Händler					Gesamtnachfrage
	A	B	C	D	E	
110,00						
130,00						
145,00						
165,00						
185,00						

- 3 Erläutern Sie den Zusammenhang zwischen Preis und Gesamtnachfrage.

Je höher der Preis,

Je niedriger der Preis,

- 4 Wie groß ist die angebotene Menge bei einem Preis von 145,00 €/fm?

- 5 Jörg möchte sich auch einen besseren Überblick über das **Gesamtangebot** bei unterschiedlichen Preisen verschaffen. Unterstützen Sie ihn und ergänzen Sie die folgende Tabelle:

Preis in €/fm	Angebot in fm von Forstbetrieben					Gesamtangebot
	F	G	H	I	J	
110,00						
130,00						
145,00						
165,00						
185,00						

6 Erläutern Sie den Zusammenhang zwischen Preis und Gesamtangebot.

Je höher der Preis,

Je niedriger der Preis,

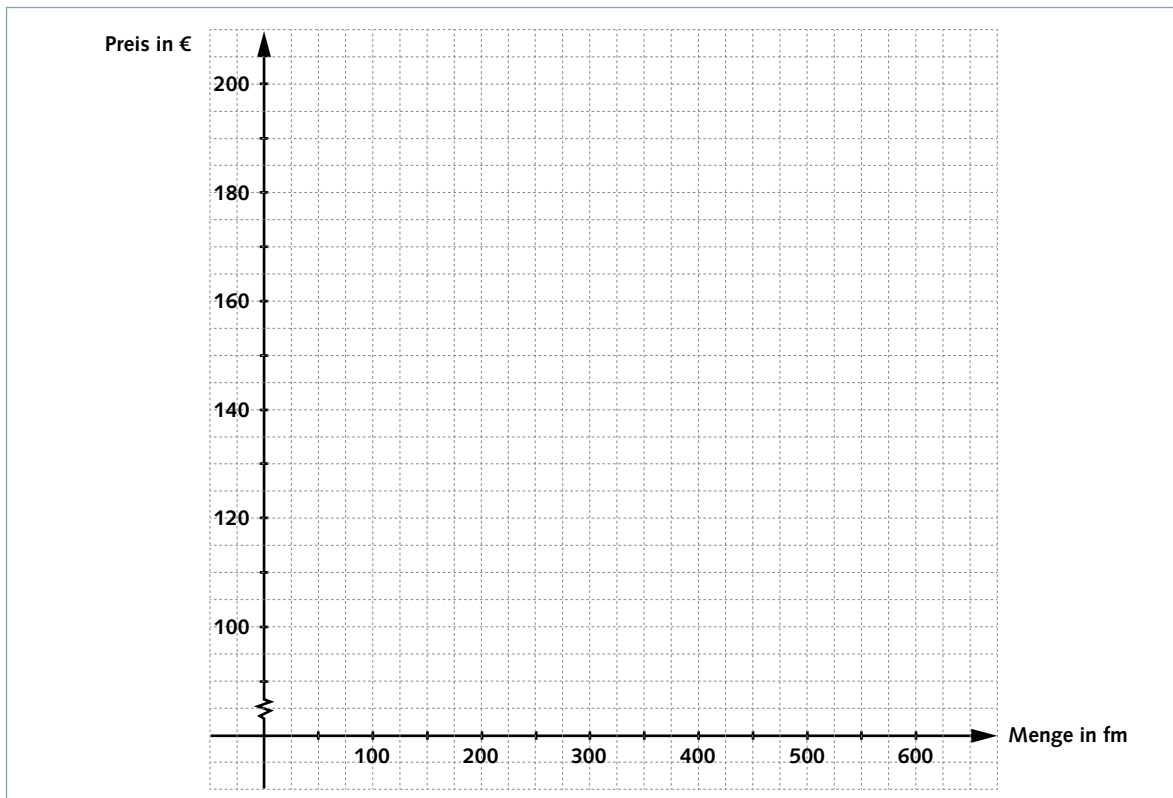
7 Jörg erfährt vom Makler, dass dieser für seine Tätigkeit eine Provision erhält. Diese bemisst sich nach dem Absatz. Der Makler legt deshalb den Preis fest, der den **Absatz maximiert**, d. h., bei dem am meisten verkauft wird. Dieser Preis wird **Gleichgewichtspreis** genannt, weil dort das Angebot und die Nachfrage gleich groß sind.

Jörg möchte jetzt wissen, welchen Preis der Makler festlegen wird.

- Ermitteln Sie für Jörg diesen **Gleichgewichtspreis**. Ergänzen Sie hierfür zunächst in der Tabelle die Gesamtnachfrage und das Gesamtangebot für den jeweiligen Preis.
- Ermitteln Sie anschließend den Absatz für den jeweiligen Preis und kennzeichnen sie den höchsten Absatz.

Preis in €/fm	Gesamtnachfrage in fm	Gesamtangebot in fm	Absatz in fm
110,00			
130,00			
145,00			
165,00			
185,00			

- 8 Zeichnen Sie die Gesamtnachfrage- und die Gesamtangebotskurve in das Diagramm ein, indem Sie die Werte aus der obigen Tabelle in das Diagramm übertragen.



- 9 Jörg liest in der Zeitung von schweren Sturmschäden in den Wäldern (viele Holzstämme sind gebrochen). Dadurch sind die Holzanbieter nicht mehr in der Lage, das Fichtenholz in der Qualität wie bisher anzubieten. Dem Makler liegen nun Verkaufsaufträge vor, die zu folgendem Gesamtangebot führen.

Preis in €/fm	110,00	130,00	145,00	165,00	185,00
Gesamtangebot in fm	0	150	250	425	525

Jörg möchte wissen, wie sich der Gleichgewichtspreis durch die Sturmschäden verändert. Zeichnen Sie die neue Gesamtangebotskurve in das Diagramm (Auftrag 8) ein, indem Sie die Werte aus der obigen Tabelle in das Diagramm übertragen. Ermitteln Sie anschließend den Gleichgewichtspreis.

- 10 Bei den auf der letzten Möbelmesse ausgestellten Möbeln geht der Trend zu Türen aus Glas und Arbeitsflächen aus Stein. Dadurch sinkt die Nachfrage nach Fichtenholz.

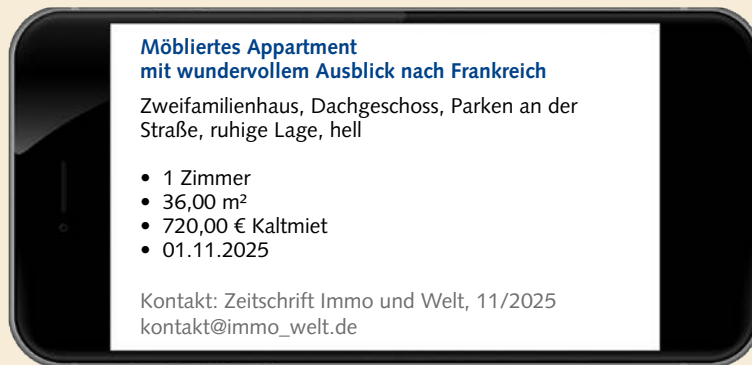
Erklären Sie, wie sich der Gleichgewichtspreis ändert, wenn die Gesamtnachfrage nach Fichtenholz sinkt.

III Lernsituation 3

Nachteile der freien Marktpreisbildung und Einflussmöglichkeiten des Staates auf die Marktpreisbildung

Lars Weber und Klaus Zähringer sind Auszubildende zum Kfz-Mechatroniker im 3. Ausbildungsjahr. Das Ende der Ausbildung ist absehbar. Beide haben sich schon wiederholt über die Zeit nach der Ausbildung unterhalten.

Lars: Ich habe mir fest vorgenommen, endlich von zu Hause auszuziehen. Wie das gehen soll, weiß ich allerdings nicht. Schau dir dieses Wohnungsangebot an. Da wird immer vom freien Wohnungsmarkt gesprochen.



Klaus: Für viele heißt das, dass sie sich kaum eine Wohnung leisten können. Es scheint, dass der Wohnungsmarkt für viele Menschen Nachteile bringt. Der Staat müsste hier eingreifen. Er muss doch Möglichkeiten haben, dass auch die Bezieher kleinerer Einkommen sich eine gute Wohnung leisten können.

Lars: Was hat er denn für Möglichkeiten? Soll er die Mieten selbst festsetzen? Soll er Einfluss nehmen, damit der Geringverdiener mehr Geld zur Verfügung hat?

Klaus: Der Staat greift doch in anderen Bereichen auch ein. Vor kurzem habe ich einen Artikel in der Hand gehabt, in dem es darum ging, dass der Staat die Käufer von Elektroautos durch den Umweltbonus fördert. Ich habe das Gefühl, dass die Preisbildung nur nach Angebot und Nachfrage viel mehr Nachteile schafft als wir immer wieder hören und lesen.

- 1** Was meint Klaus, wenn »die Preisbildung nur nach Angebot und Nachfrage viel mehr Nachteile schafft als wir immer wieder hören und lesen«? Erstellen Sie für ihn eine kleine Tabelle, in der Sie diese Nachteile erklären und deren Auswirkungen beschreiben. Verwenden Sie dazu die Informationen aus ►D1.

Nachteile der freien Marktpreisbildung	Merkmal	Betroffene und Auswirkungen

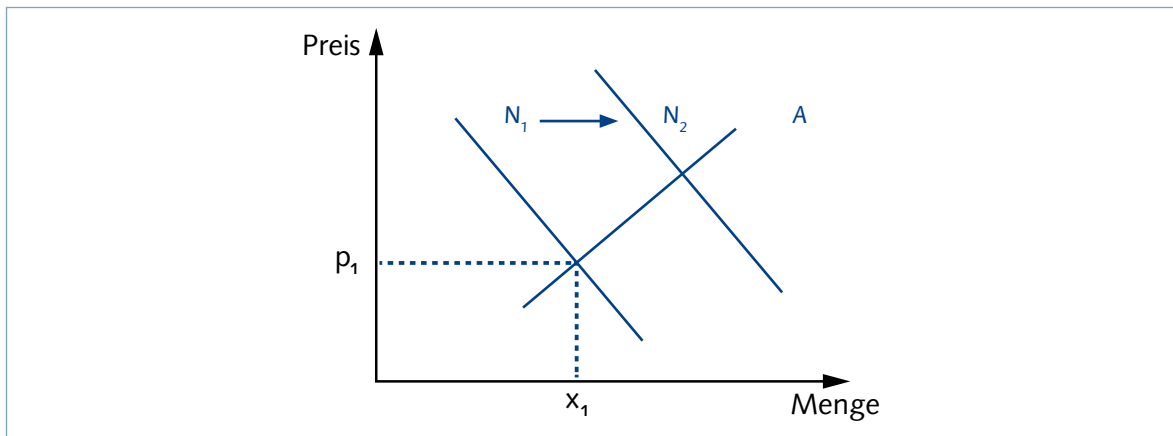
- 2** Um die Nachteile der Marktpreisbildung zu korrigieren, hat der Staat Möglichkeiten, auf die Preisbildung einzuwirken. Stellen Sie für Lars und Klaus die staatlichen Möglichkeiten in einer Übersicht dar. Nennen Sie auch Beispiele. Verwenden Sie dazu die Informationstexte ►D2 und ►D3.

Staatliche Eingriffe in den Markt



<p>■ _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>Beispiele</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>	<p>■ _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>Beispiele</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
--	--

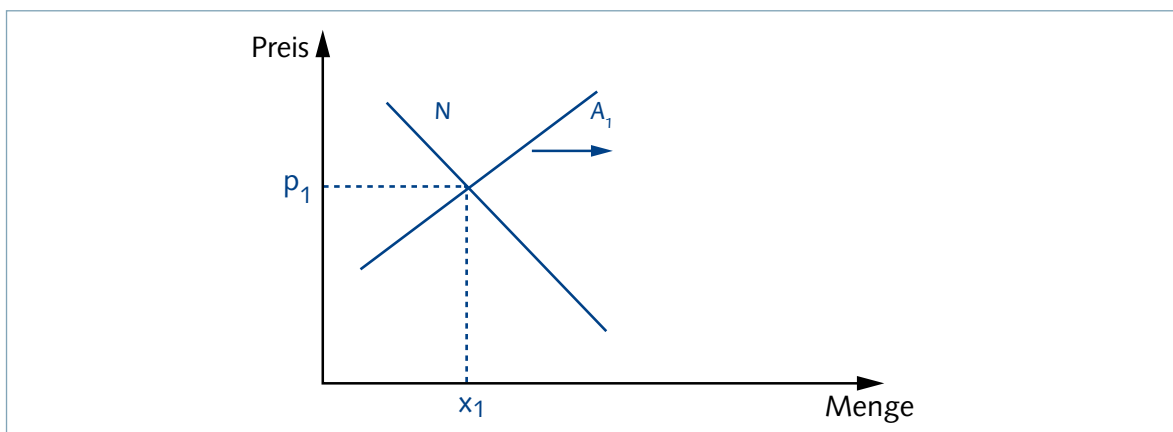
- 3 1** Erklären Sie Lars anhand der Grafik, wie der Staat Einfluss auf die Preisbildung haben kann, wenn der Staat Wohngeld bezahlt. Verwenden Sie dazu auch die Informationen aus ►D2 und ►D3.



Wirkung:

- 3 2** Nennen Sie weitere Beispiele, wie der Staat Einfluss darauf nehmen kann, dass die Nachfrage steigen kann.

- 3 3** Stellen Sie dar, welche Auswirkungen es hat, wenn der Staat die Wohnungsbauunternehmen unterstützt, indem er günstige Kredite für den Wohnungsbau zur Verfügung stellt. Verwenden Sie dazu auch die Informationen aus ►D2 und ►D3.



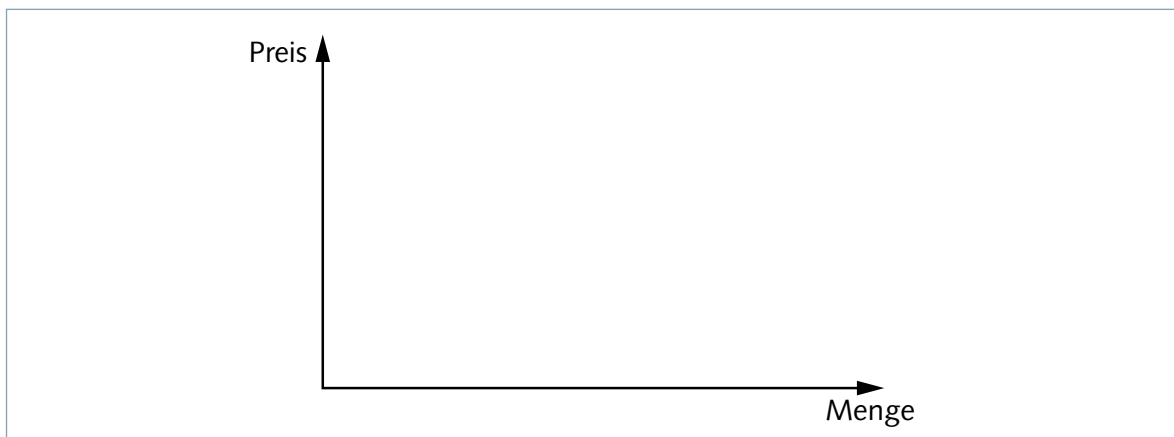


► **Wirkung:**

3 4 Nennen Sie andere Beispiele, wie der Staat Einfluss auf die Preisbildung der Anbieter haben kann.

4 Lars überlegt, ob die Maßnahmen aus den Aufträgen 3.1 und 3.3 auch in die entgegengesetzte Richtung wirken können.

4 1 Als Gelegenheitsraucher prüft er, wie der Staat es erreichen kann, dass sein Konsum von Zigaretten gesenkt werden kann. Helfen Sie ihm bei der Darstellung, wie der Staat durch Maßnahmen diese Nachfrage verringern kann.



Wirkung:
