3 - Wirtschaftliches Handeln in der Sozialen Marktwirtschaft beurteilen

Marktdefinition

Ort an dem sich Angebot und Nachfrage treffen. Muss kein physikalischer Ort sein z.B. Marktplatz, Telefon, Supermarkt usw.

Marktarten

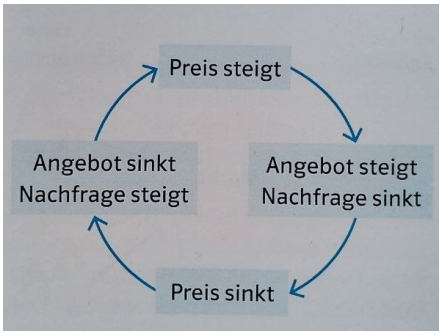
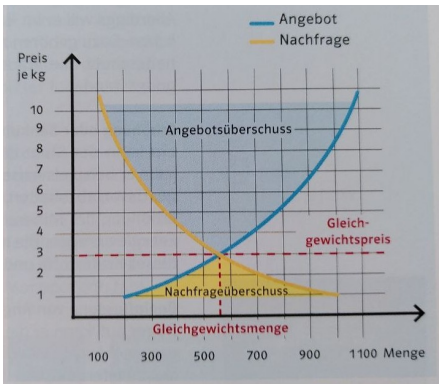
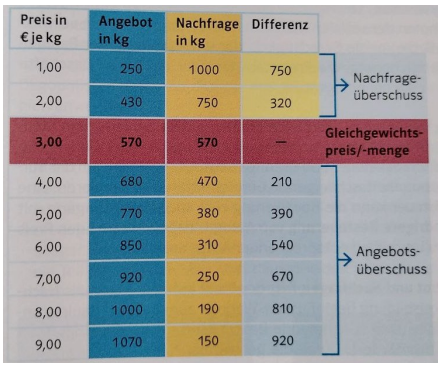
Konsumgütermarkt	Handel mit Gütern für die Endverbraucher, wie z.B. Nahrungsmittel oder Fernsehgeräte
Investitionsgütermarkt	Handel mit Gütern, die zur Herstellung von anderen Gütern verwendet werden, wie z.B. Maschinen
Geldmarkt	Bereitstellung von kurzfristigen Krediten durch Banken, Sparkassen und Privatpersonen
Kapitalmarkt	Bereitstellung von langfristigen Krediten durch Banken, Sparkassen und Privatpersonen
Arbeitsmarkt	menschliche Arbeitskraft wird angeboten bzw. nachgefragt
Immobilienmarkt	Handel mit Grundstücken und Gebäuden
Devisenmarkt	Handel mit ausländischen Währungen (Devisen)
sonstige Märkte	Handel mit Rohstoffen, Berauchtwagen, Kundgegenständen usw.

Marktformen

- Polypol = auf einem Markt treffen viele Nachfrage auf viele Anbieter. Wird auch "vollständige Konkurrenz" genannt. Kein Marktteilnehmer ist groß genug um den Marktpreis zu beeinflussen
- Oligopol
  - Angebotsoligopol = wenige Anbieter stehen vielen Nachfragern gegenüber. Kommt häufig in Industriegeselleschaften vor. Beispiele: Automarkt, Zigarettenmarkt,

Benzinmarkt
    - Nachfrageoligopol = viele Anbieter stehen wenigen Nachfragern gegenüber. Beispiel: wenig Molkereien stehen viele Bauern gegenüber
- Monopol
    - Angebotsmonopol = alleiniger Anbieter auf einem Markt. Beispiel: Wasserwerke
    - Nachfragemonopol = alleinger Nachfrager auf einem Markt. Beispiele: Deutsche Bahn (Lokomotiven) und Bundeswehr (Schützenpanzer)

Gesamtangebot, Gesamtnachfrage und Gleichgewichtspreis tabellarisch und zeichnerich ermitteln

Zusammenspiel von Preis, Angebot und Nachfrage		
Bestimmung des Gleichgewichtspreises		

Auswirkungen von Angebots- und Nachfrageänderungen auf den Gleichgewichtspreis und die Gleichgewichtsmenge darstellen:

- Verschieben der Angebotskurve:
    - nach links (Angebot sinkt) -> Gleichgewichtspreis steigt
    - nach rechts (Angebot steigt) -> Gleichgewichtspreis sinkt
- Verschieben der Nachfragekurve:
    - nach links (Nachfrage sinkt) -> Gleichgewichtspreis sinkt
    - nach rechts (Nachfrage steigt) -> Gleichgewichtspreis steigt

Nachteile der freien Markpreisbildung

Einflussmöglichkeiten des Staats auf die Marktpreisbildung

- Erhöhung oder Senkung von Steuern, somit Veränderung des Endverkaufpreises
- Beeinflussung von Angebot und Nachfrage
  - Staat kann selbst als Nachfrager auftretten z.B. Bauleistungen
  - Staat kann Subventionen zahlen z.B. Wohngeld
  - Festsetzung von Höchstpreisen
    - Gefahr von Schwarzmärkten
  - Festsetzung von Mindespreisen
    - Gefahr von Überproduktion die direkt vernichtet werden muss

Soziale Marktwirtschaft

- Ziel: ermöglichen der Vorteile der Marktwirtschaft, bei gleichzeitiger Vermeidung der Nachteile
  - hohes Maß an persönlicher Freiheit wird ermöglicht
  - Abwendung der Missstände einer freien Marktwirtschaft
- Folge: Eingriff des Staats in den Markt auf Seiten der Schwachen
- Grundwerte:
  - Der Staat unterstützt das Privateigentum, welches zugleich aber der Allgemeinheit dienen soll
  - Vertragsfreiheit ist eingeschränkt, wenn Unternehmen Preisabsprachen treffen wollen
  - Zur Eröffnung von Handwerksbetrieben sind Meisterprüfung oder Berufspraxis erforderlich

Wirkung der Instrumente der sozialen Marktwirtschaft

- Sozialpolitik
  - wer in Not gerät, kann mit der Hilfe des Staats rechnen
  - System der Sozialversicherungen
  - Arbeitsschutzbestimmungen
- Einkommens- und Vermögenspolitik
  - wer mehr Verdient zahlt absolut sowie relativ mehr Steuern (Steuerprogression)
- Wettbewerbspolitik
  - Vermeidung von Kartellen, da diese zum Nachteil der Verbraucher sind
- Umweltpolitik
  - Schaffung von Anreizen für Umweltbewusstesverhalten
  - Schutz der Lebensgrundlage zukünftiger Generationen

Created 2022-08-01 07:40:22 UTC
Updated 2022-11-06 09:29:11 UTC by Joshua Lieder