

Der Markt Überblick ©www.mein-lernen.at



[Übungsblätter](#)

Definition:

Unter dem Begriff **Markt** versteht man in der Wirtschaft allgemein den Ort des Zusammentreffens von Angebot und Nachfrage hinsichtlich einer Ware.

Stimmen im Idealfall Angebot und Nachfrage bei einem handelbaren Gut überein, so spricht man einem Marktgleichgewicht.

Dem gegenüber stehen der Käufermarkt (Angebot > Nachfrage) und der Verkäufermarkt (Angebot < Nachfrage).

Marktteilnehmer:

Unter **Marktteilnehmer** versteht man Wirtschaftssubjekte, die auf einem Markt als Anbieter oder Nachfrager auftreten.

Marktteilnehmer tauschen auf einem bestimmten Markt Güter und/oder Dienstleistungen auf einer freiwilligen Basis aus.

Marktplattformen:

Hier sind im Wesentlichen zwei Marktplattformen zu unterscheiden:

a) Reale Marktplattformen:

Bei realen Marktplattformen findet ein direkter Kontakt zwischen Käufer und Verkäufer statt z.B. Fachgeschäft.

Der Vorteil liegt hier darin, dass der Käufer die Ware direkt an- und ausprobieren kann (z.B. Kleidung).



Der Nachteil besteht darin, dass die Auswahl an verfügbaren Gütern oft beschränkt ist und es eingeschränkte Öffnungszeiten gibt.

b) Virtuelle Marktplattformen:

Auf virtuellen Marktplattformen ist hingegen kein direkter Kontakt zwischen Käufer und Verkäufer erforderlich z.B. Online-Kauf auf Amazon.

Der Vorteil besteht darin, dass die Auswahl an verfügbaren Gütern fast unbeschränkt ist und ein Einkauf rund um die Uhr von zu Hause aus möglich ist.

Der Nachteil liegt hier darin, dass die Ware "auf Sicht" gekauft werden muss und daher oft Umtauschaktionen durchgeführt werden müssen, bis z.B. die Schuhe passen.

Regulation des Marktes:

Damit ein Markt funktioniert, braucht es rechtliche Rahmenbedingungen (Gesetze) und eine umfassende Infrastruktur (z.B. Straßen).

Da das Denkmodell der Selbstregulation des Marktes (Adam Smith - "unsichtbare Hand") eine Rückversicherung bei Problemlagen braucht, greift der Staat bei Marktversagen direkt ein.

Er kann durch den Erlass von Gesetzen neue Rahmenbedingungen schaffen, oder bei Krisenzeiten vermehrt als Nachfrager auf dem Markt auftreten.

Interessenvertreter von Konsumenten (Gewerkschaften) und Produzenten (Wirtschaftskammer) versuchen einerseits Politik für ihre Klientel zu betreiben, andererseits suchen sie einer funktionierenden Sozialpartnerschaft auch nach gemeinsamen Lösungen (z.B. Lohnverhandlungen).

Damit können Tarifkonflikte und Streiks bereits im Vorfeld abgewendet werden.



Nachfrager und Anbieter:

In einem funktionierenden Markt stehen sich gegenüber:

a) Konsumenten (Nachfrager):

Sie kaufen Produkte auf dem Markt, um ihre Bedürfnisse zu befriedigen und ihren Nutzen zu maximieren.

Sie bestimmen mit ihrem Kaufverhalten, was auf dem Markt produziert wird.

b) Produzenten (Anbieter):

Sie produzieren, die vom Konsumenten gewünschten Waren und verkaufen sie an diese.

Sie stehen dabei ständig in Konkurrenz zu anderen Produzenten.

Um langfristig wirtschaftlich zu überleben, müssen sie profitabel arbeiten.

Marktformen:

Die Anzahl der Marktteilnehmer auf einem bestimmten Markt entscheidet über dessen Marktform.

Wir unterscheiden folgende Marktformen:

a) Polypol:

Hier treffen viele Anbieter auf viele Nachfrager.

Dies ist die erwünschte Marktform, weil sie die vollständige Konkurrenz beinhaltet. z.B. Wohnungsmarkt

■ Marktteilnehmer/Marktformen



b) Oligopol:

Hier treffen entweder auf der Angebotsseite nur einige Anbieter auf (Angebotsoligopol) oder auf der Nachfrageseite nur einige Nachfrager (Nachfrageoligopol).

Das Oligopol entwickelt sich oft aus der Konkurrenzsituation heraus, da nur Unternehmen mit einer bestimmten Größe in der Lage sind den Wettbewerb dauerhaft zu bestehen.

z.B. Hersteller von Autos

c) Monopol:

Das Gegenteil eines funktionierenden Marktes hingegen stellt das Monopol dar. Hier kontrolliert ein einzelnes Unternehmen (Monopolist) das Angebot.

Das kann der Staat selbst sein (Lotterie) oder in der Informationstechnologie gibt es viele Quasi-Monopole, die einzelne Marktsegmente durch ihre Marktbeherrschung dominieren.

z.B. Facebook (soziale Netzwerke)