

**Lernbrief**

# **Wirtschaftslehre, Teil 3**

***Weiter-  
führende  
Themen***

# Gliederung

<b>1 Einleitung</b>	<b>4</b>
<b>2 Lernziele</b>	<b>4</b>
<b>3 Markt als Treffpunkt von Angebot und Nachfrage</b>	<b>5</b>
3.1 Eigenschaften des Markts	5
3.2 Funktionen des Markts	6
3.3 Marktarten	7
3.3.1 Einteilung nach Güterarten	7
3.3.2 Einteilung nach Zutrittsmöglichkeit	8
3.4 Marktabgrenzung	10
3.5 Übungen zum Lernabschnitt 3	11
<b>4 Bestimmungsgründe für Nachfrage und Angebot</b>	<b>11</b>
4.1 Bestimmungsgründe für die Nachfrage	11
4.1.1 Preise der nachgefragten Güter	11
4.1.2 Preise anderer Güter	13
4.1.3 Konsumsumme	13
4.1.4 Bedarfsstruktur und Zukunftserwartungen/Dringlichkeit	14
4.2 Verschiebung der Nachfragekurve	15
4.3 Gesamtnachfrage	16
4.4 Preiselastizität der Nachfrage	16
4.5 Bestimmungsgründe für das Angebot	19
4.5.1 Preis des angebotenen Guts	20
4.5.2 Preise der Produktionsfaktoren	20
4.5.3 Stand des technischen Wissens und Unternehmensziele	21
4.6 Verschiebung der Angebotskurve	21
4.7 Gesamtangebot	22
4.8 Übungen zum Lernabschnitt 4	22
<b>5 Marktformen und Preisbildung</b>	<b>24</b>
5.1 Modell des vollkommenen Markts	24
5.2 Tendenz zum Marktgleichgewicht	25
5.3 Veränderungen des Marktgleichgewichts	29
5.4 Politische Eingriffe in die Marktpreisbildung	30
5.4.1 Mindestpreise und ihre Folgen	30

5.4.2 Höchstpreise und ihre Folgen	31
5.4.3 Auswirkungen von Steuern und Subventionen	33
5.5 Besonderheiten von Märkten für Gesundheitsleistungen	33
5.6 Übungen zum Lernabschnitt 5	35
<b>6 Kosten und Kostenverläufe</b>	<b>36</b>
6.1 Fixe Kosten	37
6.2 Variable Kosten	39
6.2.1 Proportionale Kosten	39
6.2.2 Progressive Kosten	39
6.2.3 Degressive Kosten	40
6.3 Kostenverläufe	41
6.4 Übungen zum Lernabschnitt 6	46
<b>7 Marktformen in der Realität</b>	<b>47</b>
7.1 Polypol	48
7.2 Oligopol	50
7.2.1 Angebotsoligopol	50
7.2.2 Weitere Oligopolarten	52
7.3 Monopol	53
7.3.1 Angebotsmonopol	53
7.3.2 Weitere Monopolarten	55
7.4 Preisdifferenzierung	56
7.5 Übungen zum Lernabschnitt 7	57
<b>8 Betrieblicher Leistungsprozess</b>	<b>58</b>
8.1 Klassifikation der Betriebe	59
8.2 Zielsetzungen der Betriebe	59
8.3 Bedeutung des Gewinns	60
8.4 Messgrößen für wirtschaftliches Handeln	61
8.4.1 Wirtschaftlichkeit	61
8.4.2 Rentabilität	63
8.4.3 Produktivität	64
8.4.4 Liquidität	66
8.5 Übungen zum Lernabschnitt 8	67

<b>9 Marketing</b>	<b>69</b>
9.1 Bedeutung des Marketings	69
9.2 Marketingdaten und Marketingziele	69
9.3 Marketinginstrumente	69
<b>10 Betriebliche Umweltpolitik</b>	<b>71</b>
10.1 Umweltbelastungen durch Betriebe	71
10.2 Gründe für eine betriebliche Umweltpolitik	74
10.3 Instrumente der betrieblichen Umweltpolitik	77
10.4 Probleme der betrieblichen Umweltpolitik	79
10.5 Übungen zum Lernabschnitt 10	79
<b>11 Zusammenfassende Selbstkontrolle</b>	<b>80</b>
<b>12 Lösungen zu den Übungen im Text</b>	<b>83</b>
<b>13 Lösungen zur zusammenfassenden Selbstkontrolle</b>	<b>91</b>