

FACHBUCHREIHE
für wirtschaftliche Bildung

Lehrerhandbuch zu

Fachkompetenz Wirtschaft

Gesamtwirtschaft

Für alle Kaufmännischen Berufskollegs, 2. Jahr

3. Auflage

von
Theo Feist und Viktor Lüpertz

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

Europa-Nr.: 76731



Verfasser:

Theo Feist
Viktor Lüpertz

Prof., Dipl.-Kfm.
Prof. Dr., Dipl.-Volksw.

Verwendete Symbole:

Hinweis am Seitenrand bei einzelnen Aufgaben. Für diese Aufgaben enthält die Begleit-CD zum Lehrerhandbuch Dateien mit Kopiervorlagen für Arbeitsblätter zur Aufgabenlösung.

Stand der Gesetzgebung: 01.04.2019

3. Auflage 2019

Druck 5 4 3 2 1

Alle Drucke derselben Auflage sind parallel einsetzbar, da bis auf die Behebung von Druckfehlern untereinander unverändert.

ISBN 978-3-8085-4573-7

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

© 2019 by Verlag Europa-Lehrmittel, Nourney, Vollmer GmbH & Co. KG, 42781 Haan-Gruiten
<http://www.europa-lehrmittel.de>

Gestaltung, Umschlag und Satz: Punkt für Punkt GmbH · Mediendesign, 40549 Düsseldorf

Wirtschaftliches Handeln in der sozialen Marktwirtschaft

1 Notwendigkeit und Möglichkeiten zur Koordination menschlichen Handelns im Wirtschaftsprozess

1.1 Lenkungssystem in der Marktwirtschaft

1. Preise übernehmen Lenkungsfunktion. Knappe Güter erzielen höhere Preise. Höhere Preise versprechen höhere Gewinne.
2. Preise übernehmen Signalfunktion. Hoher Preis signalisiert Knappheit.
3. Preise übernehmen Anreizfunktion. Konsumenten werden durch hohe Preise angereizt, knappe Konsumgüter durch weniger knappe zu ersetzen. In der Produktion werden knappe Produktionsfaktoren durch kostengünstigere ersetzt.
4. Preise übernehmen Planabstimmungsfunktion. Ist bei einem bestimmten Preis die Nachfrage höher als das Angebot, steigt der Preis. Das führt so lange zu einem Steigen der angebotenen Menge bis angebotene und nachgefragte Menge gleich groß sind. Ist das Angebot größer als die Nachfrage, verläuft der Prozess umgekehrt.

1.2 Faire Güterverteilung durch das Preissystem – prüfen Sie Ihr Gerechtigkeitsempfinden

Die im Folgenden zitierten Ergebnisse gehen zurück auf eine empirische Untersuchung, bei der die Einstellung der Durchschnittsbevölkerung mit der von VWL-Studenten im Hinblick auf das Preissystem verglichen wurde.

Vgl. W. Pommerehne u. a., *Semper aliquid haeret?*, Studium der Nationalökonomie und Einschätzung der Fairness des Preissystems, in: *WiSt*, Heft 8/1993, S. 405 ff.

Frage 1:

| | völlig fair | akzeptabel | unfair | sehr unfair |
|--------------------------------|-------------|------------|--------|-------------|
| Durchschnittsbevölkerung | 2% | 14% | 38% | 46% |
| VWL-Studenten Anfänger | 7% | 28% | 44% | 21% |
| VWL-Studenten Fortgeschrittene | 9% | 29% | 42% | 22% |
| Klasse | | | | |

Die allgemeine Bevölkerung beurteilt die Preiserhöhung deutlich anders als die VWL-Studenten. 84% der Bevölkerung sind der Ansicht, dass der Verkäufer unfair („unfair“ und „sehr unfair“) handelt. Nur zwei Prozent finden die Preiserhöhung „völlig fair“. Demgegenüber sind nur ca. 2/3 der VWL-Studenten der Ansicht, dass die Preiserhöhung unfair sei, während sieben bzw. neun Prozent sie als völlig fair ansehen.

Frage 2:

| | völlig fair | akzeptabel | unfair | sehr unfair |
|--------------------------------|-------------|------------|--------|-------------|
| Durchschnittsbevölkerung | 5% | 16% | 45% | 34% |
| VWL-Studenten Anfänger | 11% | 46% | 34% | 9% |
| VWL-Studenten Fortgeschrittene | 11% | 36% | 42% | 11% |
| Klasse | | | | |

Aufgrund der expliziten Verdeutlichung der Knappheitssituation in Frage 2 fällt bei allen befragten Gruppen die Ablehnung der Preiserhöhung niedriger aus als bei Frage 1. Von der Bevölkerung erachten lediglich 79% (anstatt 84%) die Preiserhöhung als unfair. Die Unterschiede in der abweichenden Einschätzung der Studierenden sind deutlich erkennbar (43% anstatt 65% der Anfänger bzw. 53% anstatt 62% der Fortgeschrittenen halten die Preiserhöhung für unfair.)

Frage 3:

| | völlig fair | akzeptabel | unfair | sehr unfair |
|--------------------------------|-------------|------------|--------|-------------|
| Durchschnittsbevölkerung | 3% | 16% | 42% | 39% |
| VWL-Studenten Anfänger | 10% | 49% | 31% | 10% |
| VWL-Studenten Fortgeschrittene | 8% | 59% | 29% | 4% |
| Klasse | | | | |

Die Bevölkerung hält die Preiserhöhung in ähnlicher Weise wie bei der Trinkwasserknappheit (Frage 1) für unfair (81% statt 84% bei Frage 1 bzw. 79% bei Frage 2). Der geänderte Sachverhalt hat somit keinen bedeutsamen Einfluss auf die Einschätzung. Anders verhält es sich bei den Studierenden, die offensichtlich zwischen den beiden Gütern differenzieren. Sie lehnen die Preiserhöhung im Falle der Schneeschaufeln wesentlich weniger stark ab als beim Trinkwasser (41% vs. 65% bei den Anfängern und 33% vs. 62% bei den Fortgeschrittenen bei Frage 1). Das liegt möglicherweise daran, weil die relative Preiserhöhung im Vergleich zum Trinkwasser niedriger ausfällt oder weil sie Trinkwasser als ein dringlicheres Gut ansehen.

Frage 4: (Mehrfachbenennung möglich)

| | A) Preissystem | B) Tradition | C) Zufall | D) Staatl. Eingriff |
|--------------------------------|----------------|--------------|-----------|---------------------|
| | fair | fair | fair | fair |
| Durchschnittsbevölkerung | 28% | 77% | 12% | 44% |
| VWL-Studenten Anfänger | 65% | 68% | 18% | 38% |
| VWL-Studenten Fortgeschrittene | 60% | 65% | 38% | 45% |
| Klasse | | | | |

Das althergebrachte Verfahren „Wer zuerst kommt, mahlt zuerst“ wird von allen Gruppen vorgezogen (77% der Bevölkerung und ca. 2/3 der VWL-Studenten). In der traditionellen Ökonomie wird dieses Prinzip allerdings als ineffizient angesehen und stattdessen die Ein-

führung des Preissystems vorgeschlagen, um zu einer weniger ineffizienten Allokation der knappen Ressourcen zu gelangen. Warum das „Schlangestehen“ bzw. „Windhundprinzip“ vorgezogen wird, könnte damit zusammenhängen, dass in diesem Fall auch ärmere Personen, die bei Anwendung des Preissystems nicht zum Zuge kämen, die Möglichkeit haben das betreffende Gut zu einem niedrigeren Preis zu erwerben. Als zweitbesten Zuteilungsmechanismus wird in der Bevölkerung das administrative Verfahren eingestuft (allerdings schätzen es nur 44 % als fair ein, d. h., die Mehrheit lehnt es ab). Die VWL-Studenten bevorzugen demgegenüber eindeutig das Preissystem. Das Preissystem rangiert ebenso wie das Zufallsprinzip in der Bevölkerung weit abgeschlagen. 72 % bzw. 88 % sehen diese Zuteilungsverfahren als unfair an. Bei den VWL-Studenten werden dagegen das administrative System und das Zufallsverfahren mehrheitlich abgelehnt. Hinsichtlich des Zufallsmechanismus besteht allerdings ein deutlicher Unterschied zwischen den Anfängern und Fortgeschrittenen. Die Fortgeschrittenen betrachten dieses System weitaus weniger als unfair.

Ergebnis: Die VWL-Studenten weisen zu Beginn ihres Studiums denselben Grad an Sympathie oder Antipathie gegen das Preissystem auf wie nach etlichen Semestern. Es scheint so, als ob die Studenten, die sich für ein VWL-Studium entschieden haben, in dem Sinne eine Auslese darstellen, dass mehr von ihnen als in der allgemeinen Bevölkerung das Preissystem befürworten. Das könnte einer der Gründe sein, warum sie sich für das Ökonomiestudium entschieden haben.

1.3 Marktwirtschaft und soziale Missstände: Beispiel Kinderarbeit – WebQuest zum Thema: „Kinderarbeit in der Bekleidungsindustrie“

1. In einer freien Marktwirtschaft soll der Staat nicht in das Wirtschaftsgeschehen eingreifen. Das bedeutet auch, dass es keine arbeits- und sozialrechtlichen Vorschriften gibt. Insbesondere fehlen Gesetze zum Kinder- und Jugendschutz, zum Arbeitsschutz, zu Arbeitszeit und zum Urlaub, zur Mindestentlohnung, zur sozialen Absicherung (Unfall, Krankheit).
2. Ein großer Teil der heutigen Kinderarbeit in den Entwicklungsländern findet – ebenso wie in Deutschland um 1800 – in der Textilindustrie statt. Die Arbeitsbedingungen sind ähnlich. Allerdings werden die heute von Kindern in den Entwicklungsländern hergestellten Textilien vorwiegend exportiert. Wegen der geringen Lohnkosten der Kinderarbeit in den Entwicklungsländern wäre eine Produktion z. B. in Deutschland wesentlich teurer und möglicherweise unrentabel.
Vielfach besteht die heutige „Kinderarbeit“ in den Entwicklungsländern aber auch darin, die perversen Bedürfnisse von „Sextouristen“ aus West-Europa und den USA zu befriedigen.
3. Die Wirtschaftsordnung in Deutschland ist keine freie Marktwirtschaft. Vielmehr sorgt der Staat im Rahmen der Sozialen Marktwirtschaft für die Einhaltung von Arbeits- und Sozialgesetzen. Dazu gehören u. a. folgende Gesetze: Jugendarbeitsschutzgesetz, Arbeitsschutzgesetz, Berufsbildungsgesetz, Kündigungsschutzgesetz, Gesetz zum Schutz vor sexueller Belästigung am Arbeitsplatz, Lohnfortzahlungsgesetz, Mindesturlaubsgesetz, Sozialgesetze zur Unfall-, Kranken-, Renten- und Arbeitslosenversicherung, ...
4. Informationen zum WebQuest und Internetadressen befinden sich auf der Begleit-CD

1.4 Geschichtliche Entwicklung der Wirtschaftsordnung

Schülerindividuelle Lösung

1.5 Soziale Marktwirtschaft und Grundgesetz

Schülerindividuelle Lösung

1.6 Prioritätenspiel: Was kennzeichnet die soziale Marktwirtschaft?

Spielbeschreibung und Spielunterlagen, siehe Begleit-CD.

2 Unterschiede zwischen verschiedenen Arten von Märkten

2.1 Preisbildung an der Börse

1.

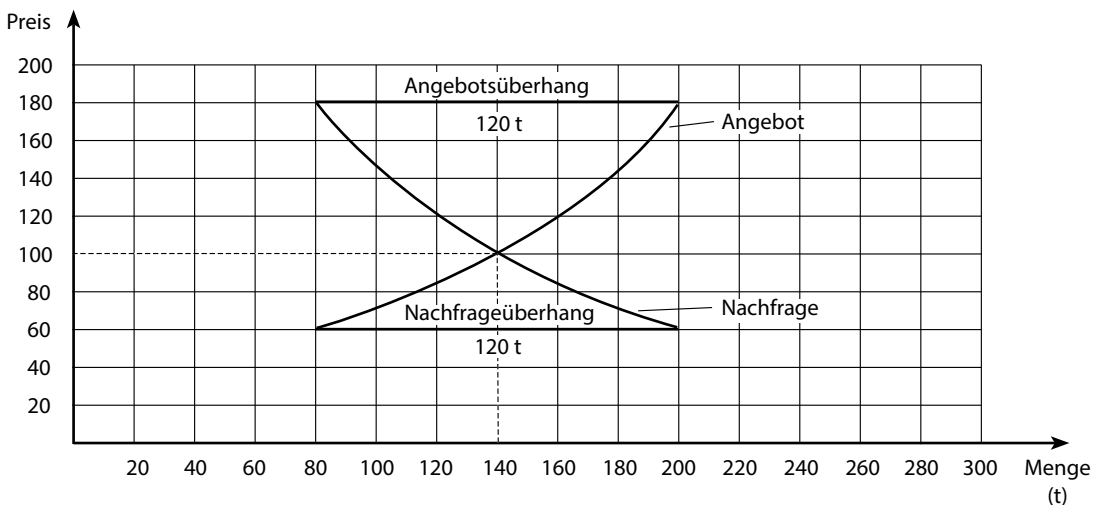
| Angebot | | | | | |
|------------|----|----|----|----|--------------|
| Preis je t | A | B | C | D | Marktangebot |
| 60 | - | - | - | 80 | 80 |
| 100 | - | - | 60 | 80 | 140 |
| 120 | - | 20 | 60 | 80 | 160 |
| 180 | 40 | 20 | 60 | 80 | 200 |



| Nachfrage | | | | | |
|------------|----|----|----|----|----------------|
| Preis je t | E | F | G | H | Marktnachfrage |
| 60 | 60 | 20 | 40 | 80 | 200 |
| 100 | - | 20 | 40 | 80 | 140 |
| 120 | - | - | 40 | 80 | 120 |
| 180 | - | - | - | 80 | 80 |

Der Makler legt einen Preis von 100 EUR fest (Gleichgewichtspreis). Bei diesem Preis wird die größtmögliche Menge umgesetzt (140 t). Angebotene und nachgefragte Menge sind bei diesem Preis gleich groß.

2.



3. Die Gleichgewichtsmenge beträgt 140 t. Dies ist die größte Menge, die bei den vorliegenden Angebots- und Nachfrageplänen umgesetzt werden kann.

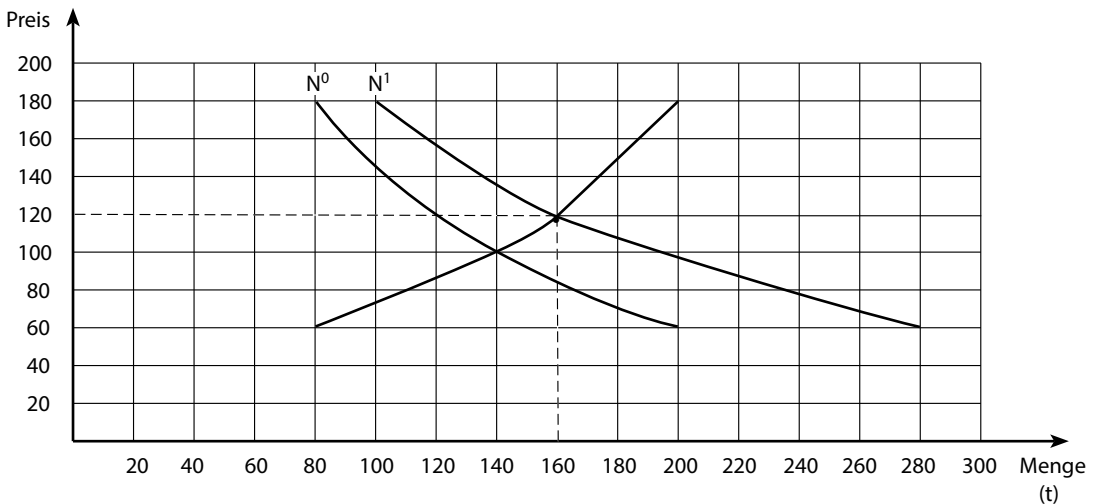
4. Der Makler muss den Preis festlegen, bei dem die meisten Aufträge (größte Menge) ausgeführt werden können (Meistausführungsprinzip). Bei einem Preis von 180 EUR werden nur 80 t umgesetzt. Angebot: 200 t; Nachfrage: 80 t; Angebotsüberhang (Nachfragerlücke): 120 t
5. Begründung wie 3.
Angebot: 80 t; Nachfrage: 200 t; Nachfrageüberhang (Angebotslücke): 120 t
6. Käufer G war bereit 120 EUR je Tonne zu bezahlen. Tatsächlich muss er nur 100 EUR je Tonne zahlen. Sein Vorteil beträgt $40 \text{ t} \cdot 20 \text{ EUR} = 800 \text{ EUR}$
7. Verkäufer D wollte mindestens 60 EUR je Tonne erlösen. Tatsächlich erzielt er 100 EUR je Tonne. Sein Vorteil beträgt $80 \text{ t} \cdot 40 \text{ EUR} = 3 200 \text{ EUR}$

8.

| Preis je t | neue Nachfrage | | | | | Marktnachfrage |
|------------|----------------|----|----|-----|-----|----------------|
| | E | F | G | H | | |
| 60 | 80 | 40 | 60 | 100 | 280 | |
| 100 | – | 40 | 60 | 100 | 200 | |
| 120 | – | – | 60 | 100 | 160 | |
| 180 | – | – | – | 100 | 100 | |

Der Makler legt einen Preis von 120 EUR fest (Gleichgewichtspreis). Die neue Gleichgewichtsmenge beträgt 160 t.

9.



2.2 Vollkommene und unvollkommene Märkte

1. Es handelt sich um einen unvollkommenen Markt. Das kann u. a. durch Präferenzen (z. B. aufgrund von Werbung) oder durch unvollständige Markttransparenz bedingt sein. Konsumenten können die Qualität der Produkte schlecht beurteilen. Ihre Kaufentscheidungen werden daher eher durch den Bekanntheitsgrad, die Werbung und andere Faktoren bestimmt.

2. Erhöhung der Markttransparenz,
3. Erhöhung der Markttransparenz, Abbau von Kundenbindungen (Präferenzen) und damit Abbau von Marktunvollkommenheiten
4. Die Marktform der Börse stellt eine Besonderheit dar. Sie ist die in der Realität anzutreffende Marktform, die dem Modell eines vollkommenen Marktes sehr nahe kommt. Ein Markt wird als vollkommen bezeichnet, wenn die folgenden Bedingungen erfüllt sind:
 - Homogene Güter
 - keine Präferenzen
 - vollständige Markttransparenz

Nur auf einem vollkommenen Markt bildet sich ein einheitlicher Preis, zu dem alle Käufe und Verkäufe getätigt werden.

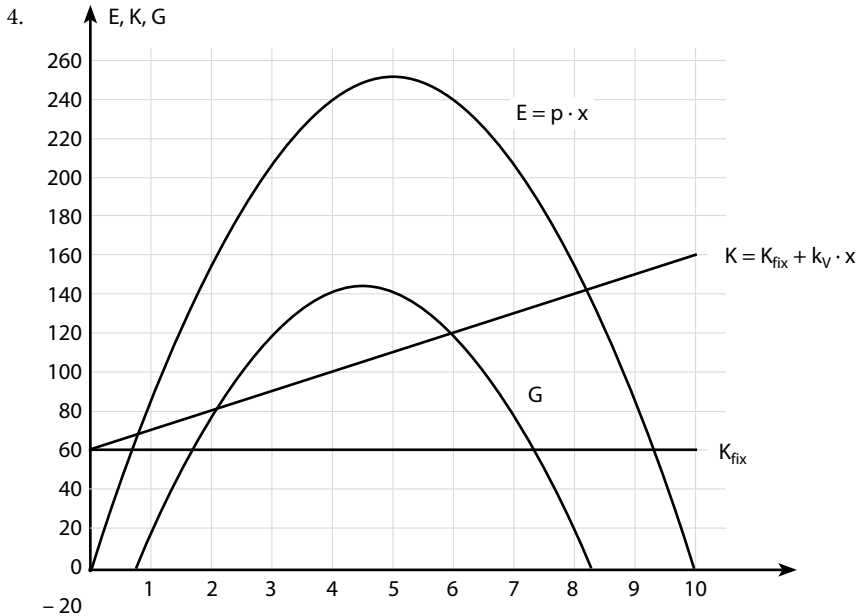
2.3 Preisbildung eines Monopolisten: Tabellarische und grafische Ermittlung des Gewinnmaximums



1. und 3.

| Preis (p) | Menge (x) | Erlös (E) | Fixkosten K_{fix} | var. Gesamtkosten (K_v) | Gesamtkosten (K) | Gewinn (G) |
|-----------|-----------|-----------|----------------------------|-----------------------------|------------------|------------|
| 100 | 0 | 0 | 60 | 0 | 60 | - 60 |
| 90 | 1 | 90 | 60 | 10 | 70 | 20 |
| 80 | 2 | 160 | 60 | 20 | 80 | 80 |
| 70 | 3 | 210 | 60 | 30 | 90 | 120 |
| 60 | 4 | 240 | 60 | 40 | 100 | 140 |
| 50 | 5 | 250 | 60 | 50 | 110 | 140 |
| 40 | 6 | 240 | 60 | 60 | 120 | 120 |
| 30 | 7 | 210 | 60 | 70 | 130 | 80 |
| 20 | 8 | 160 | 60 | 80 | 140 | 20 |
| 10 | 9 | 90 | 60 | 90 | 150 | - 60 |
| 0 | 10 | 0 | 60 | 100 | 160 | - 190 |

2. 5 Stück



5. a) 4,5 Stück
 b) 55 GE
 c) $G = 55 \cdot 4,5 - (60 + 10 \cdot 4,5) = 142,5$ GE

2.4 Unterschiedliche Verhaltensweisen von Oligopolisten

Auf dem Lebensmittelmarkt herrscht unter den Einzelhandelsketten ein Verdrängungswettbewerb. Ziel der Anbieter ist es, die jeweiligen Konkurrenten vom Markt zu verdrängen, um sich eine monopolartige Stellung mit entsprechenden Gewinnmöglichkeiten zu verschaffen.

Auf dem Benzinmarkt liegt ein Parallelverhalten der Anbieter vor. Ein Anbieter verändert den Preis und alle anderen folgen in kurzen Zeitabständen nach. Ziel ist es, den Preiswettbewerb auszuschalten und den Gewinn zu erhöhen.

2.5 Angebotsoligopol – Erklärung von Verhaltensweisen im Oligopol – Kartellbildung

Situation 1:

1. Unabhängig davon, ob B die Strategie SB1 oder SB2 wählt, ist es für A in jedem Fall besser, SA2 (Niedrigpreisstrategie) zu wählen. Sein Vorteil gegenüber der Hochpreisstrategie beträgt in beiden Fällen 50 GE. Er wird also auf jeden Fall Strategie SA2 wählen.
2. Unabhängig davon, ob A die Strategie SA1 oder SA2 wählt, ist es für B in jedem Fall besser, SB2 (Niedrigpreisstrategie) zu wählen. Sein Vorteil gegenüber der Hochpreisstrategie beträgt in beiden Fällen 50 GE. Er wird also auf jeden Fall Strategie SB2 wählen.

3. Wenn beide die Niedrigpreisstrategie (SA2/SB2) wählen, ändert sich der Gewinn nicht.
4. Die Nachfrager sind begünstigt, weil das Produkt zu einem niedrigen Preis angeboten wird.

Situation 2:

B wird in jedem Fall die Niedrigpreisstrategie (= aggressives Verhalten) wählen, weil Konkurrent A bei dieser Strategie in jedem Fall Verluste erleidet und vom Markt verschwinden wird. B hat dann eine Monopolstellung.

Situation 3:

1. Wählt A die Strategie 1 (= Einhaltung der Kartellabsprache), dann verhält sich B rational, wenn er die Strategie 2 (= Umgehung der Kartellabsprache) wählt. Wählt A dagegen Strategie 2 (= Umgehung der Kartellabsprache), ist es für B ebenfalls besser, die Kartellabsprache zu umgehen. Entsprechendes gilt für B. Bei jeder Entscheidung von A ist es für B besser, die Kartellabsprache zu umgehen. Es wird sich daher die Strategiekombination SA2/SB2 ergeben.
2. Bei dieser Kombination, bei der jeder der beiden die Kartellvereinbarung unterläuft, um seinen **individuellen Gewinn** zu maximieren, ist der Gewinn für jeden Einzelnen aber geringer als bei **gemeinsamer Gewinnmaximierung**. Der Gewinn könnte bei kollektiv-rationalem Verhalten für jeden Anbieter 110 GE betragen. Da aber beide ihren individuellen Gewinn auf 120 GE erhöhen möchten, ergibt sich letztlich für jeden von beiden lediglich ein Gewinn von 100 GE.
3. Das Kartell ist wirkungslos. Die Nachfrager haben einen Vorteil.

3 Kooperation und Konzentration von Unternehmen – Wettbewerbspolitik des Staates

3.1 Konzern – Arten von Zusammenschlüssen – Holdinggesellschaft

1. Gem. § 18 (1) AktG handelt es sich um einen Konzern, wenn ein herrschendes und ein oder mehrere abhängige Unternehmen unter der einheitlichen Leitung des herrschenden Unternehmens zusammengefasst sind.
Diese Voraussetzung ist bei der vorgegebenen Unternehmensverbindung erfüllt.
2. Muttergesellschaft: Badische Chemiewerke AG
Tochtergesellschaften: Chemische Werke Ahrens AG, Jörger Elektrographit GmbH
Schwestergesellschaften: Chemische Werke Ahrens AG, Jörger Elektrographit GmbH
Eine „Verschachtelung“ liegt vor, wenn die Badischen Chemiewerke AG über ihre Beteiligung an der Verwaltungsgesellschaft für Chemiewerte GmbH an der Badischen Stickstoff AG beteiligt sind.
3. Eine Holdinggesellschaft (Dachgesellschaft) übernimmt lediglich Aufgaben der Verwaltung (Leitung) und die Finanzierung. In der vorliegenden Struktur übernimmt die Verwaltungsgesellschaft für Chemiewerte GmbH die Funktion einer Holdinggesellschaft.
4. Horizontaler Zusammenschluss: Badische Chemiewerke AG und Chemische Werke Ahrens AG (gleicher Wirtschaftsbereich: Chemieprodukte)
Vertikaler Zusammenschluss: Jörger Elektrographit GmbH und Badische Chemiewerke AG (vor- und nachgelagerte Stufen: Kohleerzeugnisse sind Ausgangsstoff für die Gewinnung von Farben)
Anorganischer Zusammenschluss: Badische Chemiewerke AG und Heilbronner Sperrholzfabrik GmbH (Tätigkeit in unterschiedlichen Wirtschaftsbereichen)
5.
 - überhöhte Preisfestsetzung, durch Ausnutzung von Marktmacht
 - Verhinderung von Investitionen durch fehlenden Wettbewerb
 - Entstehung politischer Macht bei großen „systemrelevanten“ Unternehmen

3.2 Kartelle – Unternehmenskonzentration – Wettbewerbspolitik – Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkung

1. a) Es handelt sich um ein Preiskartell. Ziel ist es, den Preiswettbewerb bei Vitaminpräparaten einzuschränken bzw. aufzuheben.
- b) Signal-/Informationsfunktion: Der vom Kartell festgelegte Preis (Monopolpreis) spiegelt nicht unbedingt den Grad der tatsächlichen Güterknappheit wider. Vielmehr kann der autonom festgesetzte Kartellpreis mit einer künstlichen Angebotsverknappung (Zuteilung von Produktionsquoten) einhergehen.

Lenkungs-/Allokationsfunktion: Der hohe Monopolpreis führt zwar möglicherweise dazu, dass neue Konkurrenten auftreten. Er lenkt aber die Produktionsfaktoren nicht in die Bereiche, in denen sie am produktivsten eingesetzt werden.

Anreiz- und Auslesefunktion: Wegen fehlender Konkurrenz ist das Kartell (Kollektivmonopol) nicht gezwungen möglichst effizient zu wirtschaften. Es besteht keine Gefahr, durch den Preis für unwirtschaftliches Verhalten bestraft (sanktioniert) zu werden. Das Kartell kann versuchen Kostenerhöhungen durch Preiserhöhungen auf die Nachfrager zu überwälzen.

Die Ausgleichs-/Planabstimmungsfunktion ist dagegen auch beim Monopolpreis erfüllt. Auch der Monopolpreis kommt durch Angebot und Nachfrage zustande (Gleichgewichtspreis). Es gibt zu diesem Preis keinen Nachfrage- oder Angebotsüberhang. Allerdings ist die Marktversorgung der Nachfrager schlechter als beim Polypol (höherer Preis und geringere Menge).

- c) Je größer die Zahl der Kartellmitglieder ist, umso größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass einige Kartellmitglieder sich zusätzliche Vorteile durch (heimliche) Erhöhung der Produktionsmenge und deren Verkauf zu einem niedrigeren Preis verschaffen wollen. Durch diese individuelle Gewinnmaximierung wird die Kartellvereinbarung unterlaufen und das Kartell ist wirkungslos.

Wenn das Kartell einen Marktanteil von weniger als 100 % hat, bieten Konkurrenten zu einem niedrigeren als dem Kartellpreis an.

Konsumenten weichen auf Substitutionsgüter aus (elastische Nachfrage).

Das europäische Wettbewerbsrecht sieht eine „Kronzeugenregelung“ vor. Dadurch werden Unternehmen ermutigt, Insiderinformationen an die Europäische Kommission auszuhandigen. Das erste Kartellmitglied, das dies tut, erhält keine Geldbuße. Dadurch wird das Kartell destabilisiert.

- d) Durchsetzung des Kartellpreises (Aufgrund der großen Marktmacht der Anbieter können Abnehmer, die den überhöhten Kartellpreis nicht akzeptieren wollen, boykottiert werden.)

Erhöhung des Marktanteils, Ausschaltung von Konkurrenten.

- e) Schülerindividuelle Antwort

2. a) Zwischen den Handelsketten herrscht intensiver Wettbewerb mit zunehmender Konzentrationstendenz. Hohe Abhängigkeit der Hersteller vom Handel. Es liegt in diesem Fall ein Nachfrageoligopol vor. Aufgrund ihrer hohen Marktmacht sind die Lebensmittelketten zuweilen in der Lage, den Herstellern die Preise zu diktieren und ggf. bestimmte Produkte zu boykottieren. Die Zahl der Hersteller nimmt ab.
- b) Nein. Ein hoher Konzentrationsgrad deutet auf oligopolistische Marktstrukturen hin. Auf diesen Märkten herrscht häufig intensiver Wettbewerb. Die Marktform der „weiten Oligopole“ wird in der Wettbewerbstheorie sogar als diejenige angesehen, bei der die dynamischen Funktionen des Wettbewerbs am besten erfüllt werden können (Konzept der optimalen Wettbewerbsintensität von E. Kantzenbach). Häufig ist aber auf oligopolistischen Märkten der Preiswettbewerb zugunsten von Qualitätswettbewerb und Werbung verringert (z. B. Autobranche).
3. a) Produktionskartell (Quotenkartell). Gegen die 14 Hersteller, 23 Einzelpersonen und 2 Branchenorganisationen ist die bis 1997 höchste Bußgeldsumme von 265 Mio. EUR

(davon allein 58,6 Mio. EUR gegen die Siemens AG) verhängt worden. Wegen Verjährung konnte als Basis für die Bußgeldberechnung nur der Umsatz der letzten drei Jahre herangezogen werden, wobei ca. 5 % bis 10 % der Umsätze als Bußgeld verhängt wurden.

- b) Um den Preis- und Konditionenwettbewerb auszuschalten.
 - c) Die Abnehmer waren häufig Monopolisten (Stadtwerke, EVU), die die hohen Einstandspreise auf ihre Kunden überwälzen konnten.
4. a) Fusion wurde genehmigt; keine marktbeherrschende Stellung. Marktführer Kraft-Jacobs-Suchard erreicht ca. 30 %. Beim Kaffeevertrieb über Bäckereien hatten Tchibo und Eduscho eine Monopolstellung.
 - b) Bundeskartellamt hatte keine Einwände, weil keine marktbeherrschende Stellung erreicht wird.
 - c) Bundeskartellamt untersagte die Frankfurt–Berlin-Preise mit der Begründung, es läge Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung vor. Dagegen klagte die Lufthansa und gewann vor dem Berliner Verwaltungsgericht. Mittlerweile gibt es auf dieser Strecke weitere Anbieter, deren Tarife erheblich niedriger sind.
 - d) Als Rationalisierungskartell angemeldet. Laut Mitteilung des Bundeskartellamtes dient die Zusammenarbeit folgenden Zwecken:
 - Koordinierung von Umzugsleistungen (insbesondere Vermeidung von Leerfahrten)
 - gemeinsamer Wareneinkauf
 - gemeinsame Empfehlung und Abstimmung von Preisen
 - e) Das Bundeskartellamt schloss aufgrund des Sachverhalts auf eine aktiv herbeigeführte Willensübereinstimmung und verhängte gegen die deutschen Hersteller Geldbußen. Das Kammergericht hob diese mit der Begründung auf, eine vertragliche Bindung sei nicht nachgewiesen. Die Rechtsbeschwerde des Kartellamtes wurde vom Bundesgerichtshof (BGH) abgewiesen. Das Kartellamt meinte, die Preise seien ohne eine entsprechende Vereinbarung seitens der Beteiligten kaum von allen Unternehmen zum gleichen Zeitpunkt und um den gleichen Prozentsatz trotz unterschiedlicher Kostenlage heraufgesetzt worden. Aus dem Verhalten ergebe sich zwingend das Vorliegen einer stillschweigenden Preisabsprache. Dagegen urteilte der BGH, dass zum Wesen eines Kartellvertrages gegenseitige, einander entsprechende Willenserklärungen der Beteiligten gehörten. Wenn sich eine durch Angebot und Annahme herbeigeführte Willensübereinstimmung nicht nachweisen lasse, so könne nicht angenommen werden, dass ein Vertrag zustande gekommen sei.
 - f) Verhinderung des Reimports ist wettbewerbswidrig. Wettbewerbsverfahren der EU-Kommission. Bußgeld der Europäischen Kommission in Höhe von 200 Mio. EUR 1998. Begründung: EU-Bürger dürfen nicht daran gehindert werden, die Preisvorteile des Binnenmarktes für sich zu nutzen.

3.3 Wettbewerbspolitik

Schülerindividuelle Lösungen

4 Ziele, Bereiche und Träger der Wirtschaftspolitik

4.1 Erreichung wirtschaftspolitischer Ziele – Magisches Viereck

| Jahr | Arbeitslosenquote Ziel: $\leq 3\%$ | Preisanstieg $\leq 2\%$ | Wirtschaftswachstum ca. 3% | Außenwirtschaftliches Gleichgewicht 1,5 % bis 2 % des BIP (ab 1973 auch mehr) |
|------|---------------------------------------|----------------------------|----------------------------------|---|
| 1968 | ja | ja | nein | nein |
| 1969 | ja | ja | ja | nein |
| 1970 | ja | nein | ja | nein |
| 1971 | ja | nein | ja | ja |
| 1972 | ja | nein | nein | nein |
| 1973 | ja | nein | nein | nein |
| 1974 | ja | nein | nein | ja* |
| 1975 | nein | nein | nein | ja |
| 1976 | nein | nein | nein | ja |
| 1977 | nein | nein | ja | ja |
| 1978 | nein | nein | nein | ja |
| 1979 | nein | nein | nein | ja |
| 1980 | nein | nein | ja | nein |
| 1981 | nein | nein | nein | nein |
| 1982 | nein | nein | nein | ja |
| 1983 | nein | nein | nein | ja |
| 1984 | nein | nein | nein | ja |
| 1985 | nein | ja | nein | ja |
| 1986 | nein | ja | nein | ja |
| 1987 | nein | ja | nein | ja |
| 1988 | nein | ja | nein | ja |
| 1989 | nein | ja | nein | ja |
| 1990 | nein | nein | nein | nein |
| 1991 | nein | nein | ja | nein |
| 1992 | nein | nein | ja | nein |
| 1993 | nein | nein | nein | nein |
| 1994 | nein | nein | nein | nein |



* Seit der Einführung flexibler Wechselkurse (1973) ist das Ziel auch bei mehr als 2 % erfüllt.

| Jahr | Arbeitslosenquote Ziel: $\leq 3\%$ | Preisanstieg $\leq 2\%$ | Wirtschaftswachstum ca. 3% | Außenwirtschaftliches Gleichgewicht 1,5% bis 2% des BIP (ab 1973 auch mehr) |
|------|---------------------------------------|----------------------------|----------------------------------|---|
| 1995 | nein | ja | nein | nein |
| 1996 | nein | ja | nein | nein |
| 1997 | nein | ja | nein | nein |
| 1998 | nein | ja | nein | ja |
| 1999 | nein | ja | nein | nein |
| 2000 | nein | ja | nein | nein |
| 2001 | nein | ja | nein | ja |
| 2002 | nein | ja | nein | ja |
| 2003 | nein | ja | nein | ja |
| 2004 | nein | ja | nein | ja |
| 2005 | nein | ja | nein | ja |
| 2006 | nein | ja | ja | ja |
| 2007 | nein | nein | nein | ja |
| 2008 | nein | nein | nein | ja |
| 2009 | nein | ja | nein | ja |
| 2010 | nein | ja | ja | ja |
| 2011 | nein | nein | ja | ja |
| 2012 | nein | ja | nein | ja |
| 2013 | nein | ja | nein | ja |
| 2014 | nein | ja | nein | ja |
| 2015 | nein | ja | nein | ja |
| 2016 | nein | ja | nein | ja |
| 2017 | nein | ja | nein | ja |
| 2018 | nein | ja | nein | ja |

In keinem Jahr wurden alle vier Ziele gleichzeitig erreicht. In den meisten Jahren wurde nur eines oder sogar gar keines der Ziele erreicht. Es handelt sich bei diesen vier Zielen somit um ein „magisches“ Viereck.

5 Wirtschaftswachstum und Konjunkturverlauf

5.1 Konjunkturzyklen: Entwicklung des Bruttoinlandsprodukts in der Bundesrepublik Deutschland

1. Nach der Definition des Sachverständigenrates sind Konjunkturschwankungen Schwankungen im Auslastungsgrad des Produktionspotenzials. Es wird nicht die wirtschaftliche Aktivität selbst gemessen, sondern das Verhältnis von der tatsächlichen zur möglichen Aktivität. Hochkonjunkturphasen werden als überdurchschnittliche Inanspruchnahme des Produktionspotenzials, Rezessionen als Perioden unterdurchschnittlicher Inanspruchnahme der Produktionsfaktoren interpretiert. Die Schwierigkeiten dieser Konjunkturdefinition liegen u. a. in der Berechnung des gesamtwirtschaftlichen Produktionspotenzials. Als vereinfachende Messgröße der Konjunkturentwicklung wird daher häufig das reale BIP bzw. dessen Wachstumsrate (prozentuale Veränderung) verwendet. Es wird unterstellt, dass sich Konjunkturschwankungen in zyklischen Veränderungen des Wirtschaftswachstums niederschlagen. Die Schätzung des Produktionspotenzials ist in diesem Fall entbehrlich. Bei der Darstellung mithilfe von Wachstumsraten (= prozentuale Veränderung) des BIP anstelle absoluter Zahlen lassen sich zwar auch kleine Veränderungen grafisch deutlich machen. Der Nachteil besteht aber darin, dass bei einem Rückgang der Wachstumsraten grafisch bereits eine Abschwächung angedeutet wird, obwohl das BIP nach wie vor wächst.
2. In den Jahren 1981/83, 1992/1993, 2002/2003 sowie 2009 sind deutliche Rezessionen erkennbar. Boomjahre waren dagegen die Jahre 1990/1991 (Wiedervereinigungsboom) und 2010. 1980 setzte (u. a. als Folge der zweiten Ölkrise) Abschwung ein, der zur Rezession 1982/1983 führte. Während der 1980er-Jahre war das Produktionspotenzial nie voll ausgelastet. Der Auslastungsgrad schwankte nur wenig. Erst mit dem Wiedervereinigungsboom 1990 wurde die Normalauslastung erneut überschritten. Dem folgte 1993/1994 eine Abschwächung mit erneuter Rezession und einem bis 2008 andauernden allmählichen Aufschwung. 2009 trat die schwerste Rezession seit Bestehen der Bundesrepublik Deutschland ein. Seitdem herrscht ein konjunktureller Aufschwung. Gegenüber dem idealtypischen Konjunkturverlauf ist feststellbar, dass die Konjunkturzyklen in der Bundesrepublik unterschiedlich lange dauern und die Zeitspanne zwischen Tief- und Hochpunkt (= Aufschwung) wesentlich länger ist als die zwischen Hoch- und Tiefpunkt (= Abschwung).

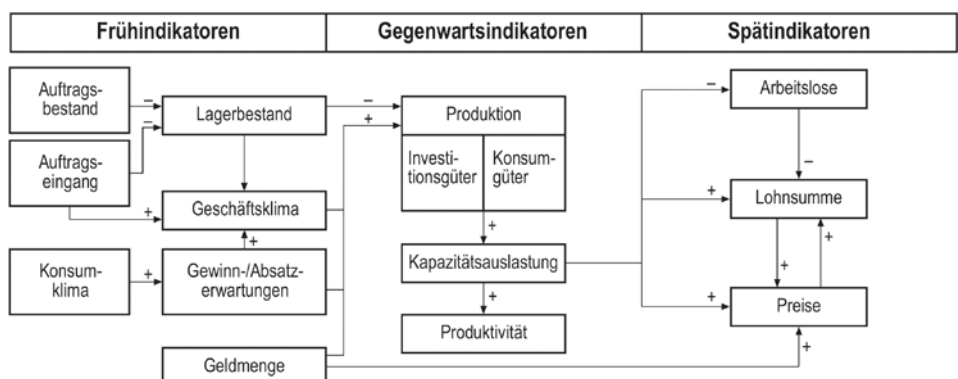
5.2 Konjunkturindikatoren



1.

| Konjunkturindikatoren | Aufschwung | Boom | Abschwung | Rezession |
|--------------------------|--------------|--|---------------|---|
| Auftragseingang | steigend | hoch | sinkend | niedrig |
| Lagerbestände | sinkend | niedrig | steigend | hoch |
| Kapazitätsauslastung | steigend | hoch | sinkend | niedrig |
| Produktion | steigend | hoch | sinkend | niedrig |
| Gewinne | steigend | hoch | sinkend | niedrig |
| Investitionen | steigend | hoch | sinkend | niedrig |
| Konsumneigung | steigend | hoch | sinkend | niedrig |
| Sparneigung | steigend | niedrig | steigend | hoch |
| Preisniveau | steigend | hoch | sinkend | niedrig |
| Lohn- u. Gehaltszuwächse | steigend | hoch | sinkend | niedrig |
| Arbeitslosenquote | sinkend | niedrig | steigend | hoch |
| offene Stellen | steigend | hoch | sinkend | niedrig |
| Zinsen | steigend | hoch | sinkend | niedrig |
| Aktienkurse | hoch | sinkend | niedrig | steigend |
| Steueraufkommen | steigend | hoch | sinkend | niedrig |
| Zukunftserwartungen | optimistisch | etwas optimistisch/etwas pessimistisch | pessimistisch | sehr pessimistisch, später etwas optimistisch |

2.



5.3 Konjunkturdiagnose – Konjunkturprognose



Schülerindividuelle Lösungen

6 Beschäftigung und Arbeitslosigkeit

6.1 Arbeitslosigkeit in Deutschland – Arbeitslosenquote – Arten und Ursachen der Arbeitslosigkeit

| | | | | | | |
|----------------|------|------|------|------|------|------|
| 1. Jahr | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
| ALQ | 6,9 | 6,7 | 6,4 | 6,1 | 5,7 | 5,2 |

2. Kurzarbeiter, Teilnehmer an Arbeitsbeschaffungsmaßnahmen (ABM), Empfänger von Vorruhestandsgeld, Altersübergangsgeld sowie die 60- bis unter 65-jährigen Empfänger von Altersrente wegen Arbeitslosigkeit gelten nicht als registrierte Arbeitslose.
3. Mismatch-Arbeitslosigkeit: In einigen Branchen werden qualifizierte Arbeitskräfte gesucht (offene Stellen). Das Qualifikationsniveau der registrierten Arbeitslosen entspricht aber diesen Anforderungen nicht (Mismatch zwischen Arbeitsangebot und Arbeitsnachfrage).

4. Strukturelle Arbeitslosigkeit

- erheblich höhere Arbeitslosigkeit in den neuen Bundesländern (regionale Arbeitslosigkeit)
- hoher Anteil von Langzeitarbeitslosen und älteren Arbeit Suchenden
- hoher Anteil von Arbeitslosen ohne Berufsausbildung

Konjunkturelle Arbeitslosigkeit mit niedrigem Wirtschaftswachstum und geringen Investitionen geht mit einer Erhöhung der ALQ einher und umgekehrt. Es ist zu bedenken, dass sich konjunkturelle Arbeitslosigkeit in struktureller Arbeitslosigkeit verfestigen kann, die mit dem nächsten Aufschwung nicht mehr ohne Weiteres abgebaut wird. Die zwischenzeitlich veralteten Qualifikationen der entlassenen Arbeitskräfte entsprechen in der nächsten Aufschwungphase nicht mehr den Anforderungen der Unternehmen, sodass sich ursprünglich konjunkturell bedingte Arbeitslosigkeit zu struktureller Arbeitslosigkeit verfestigt.

5. Schülerabhängige Antworten entsprechend den Ergebnissen der Internetrecherche.

7 Binnenwert des Geldes



7.1 Warenkorb – Preisindex

1.

| | Basisjahr 00 | | | Jahr 01 | | Jahr 02 | |
|--------------|----------------|-----------|--------------|-----------|--------------|-----------|--------------|
| | Menge pro Jahr | Preis EUR | Ausgaben EUR | Preis EUR | Ausgaben EUR | Preis EUR | Ausgaben EUR |
| Pizza | 48 | 4,00 | 192 | 4,50 | 216 | 4,50 | 216 |
| Kino | 24 | 5,00 | 120 | 5,50 | 132 | 6,00 | 144 |
| Transport | 96 | 1,50 | 144 | 1,50 | 144 | 2,00 | 192 |
| Jeans | 1 | 60,00 | 60,00 | 60,00 | 60,00 | 66,00 | 66,00 |
| Kosmetik | 48 | 2,50 | 120 | 3,00 | 144 | 3,00 | 144 |
| Summe | | | 636 | | 696 | | 762 |

| | Basisjahr 00 | Berichtsjahr 01 | Berichtsjahr 02 |
|---|--------------|-----------------|-----------------|
| Wert des Warenkorbs: $\sum p_n \cdot q_0$ | 636 EUR | 696 EUR | 762 EUR |
| Index: $\frac{\sum p_n \cdot q_0}{p_0 \cdot q_0} \cdot 100$ | 100 | 109,4 | 119,8 |

2. a)

| | Mengen Basisjahr 00 q_0 | Preise in EUR Basisjahr 00 q_0 | Preise in EUR Berichtsjahr 01 p_1 | Ausgaben in EUR Basisjahr 00 $p_0 \cdot q_0$ | Ausgaben in EUR Berichtsjahr 01 $p_1 \cdot q_0$ |
|----------------|---------------------------|----------------------------------|-------------------------------------|--|---|
| Nahrungsmittel | 300 | 16,00 | 21,00 | 4800 | 6300 |
| Bekleidung | 24 | 150 | 180 | 3600 | 4320 |
| Wohnung | 12 | 800 | 960 | 9600 | 11520 |
| Summe | | | | 18000 | 22140 |

Hinweis: Die Verbrauchsmengen im Berichtsjahr (q_1) haben für die Berechnung des Preisindex keine Bedeutung.

| | Basisjahr 00 | Berichtsjahr 01 |
|--|--------------|-----------------|
| Wert des Warenkorbs: $\sum p_1 \cdot q_0$ | 18000 EUR | 22140 EUR |
| Index: $\frac{\sum p_n \cdot q_0}{\sum p_0 \cdot q_0} \cdot 100$ | 100 | 123 |