



**MEHR
ERFAHREN**

ABITUR-TRAINING

Wirtschaft

Baden-Württemberg
aktuelle Schwerpunktthemen

STARK

Inhalt

Vorwort

Strategien und Hinweise zum Lösen von Prüfungsaufgaben	1
1 Anforderungen und Operatoren in Prüfungsaufgaben	1
1.1 Erörtern	3
1.2 Beurteilen/Bewerten	3
2 Kompetenzen und das Drei-Dimensionen-Modell	5
3 Wichtige Arbeitstechniken	7
3.1 Arbeiten mit Texten	7
3.2 Interpretation von Tabellen und Grafiken	8
3.3 Interpretation von Karten	9
3.4 Interpretation von Karikaturen	10
3.5 Erstellen von Grafiken	12
3.6 Arbeiten mit Modellen	14
3.7 Gestaltende Problemlösung	16
Grundlagen der Ökonomie	17
1 Ökonomisches Verhalten	17
1.1 Ökonomische Entscheidungen privater Haushalte	19
1.2 Dilemmasituationen	23
2 Marktmodell und Preisbildung	27
2.1 Bestimmungsfaktoren	27
2.2 Preis-Mengen-Diagramm	28
2.3 Elastizitäten	30
2.4 Der vollkommene Markt und Marktformen	33
2.5 Preisbildung am vollkommenen Markt und Gesamtwohlfahrt	36
2.6 Funktionen des Preises	39
3 Ursachen für Marktversagen und Lösungsmöglichkeiten	41
3.1 Marktrecht	41
3.2 Externalitäten	45
4 Ist- und Ziel-Analyse wirtschaftlicher Entwicklung	64
4.1 Konjunkturindikatoren zur Analyse der wirtschaftlichen Lage Deutschlands	64
4.2 Die soziale Marktwirtschaft im Vergleich	74
4.3 Wirtschaftspolitische Zielsetzungen	77

Grundlagen der Betriebswirtschaft	85
1 Die Bedeutung des Unternehmertums für die Volkswirtschaft	85
1.1 Unternehmertum	85
1.2 Ökonomische, soziale und ökologische Bedeutung von Unternehmen	91
1.3 Wechselwirkungen zwischen wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen und unternehmerischen Interessen	93
2 Kennzahlen und Analyseinstrumente zur Bestimmung der betriebswirtschaftlichen Situation	97
2.1 Bilanz und GuV	97
2.2 Kennzahlen	99
2.3 Weitere strategische Analyseinstrumente	103
3 Strategische Entscheidungen von Unternehmen	107
3.1 Strategietypen	107
3.2 Rechtsformen	109
3.3 Standort eines Unternehmens	118
3.4 Make-or-Buy-Entscheidungen	121
4 Marketingstrategien/Instrumente des Marketing-Mix	124
4.1 Marketingstrategie und Marktuntersuchung	127
4.2 Marketing-Mix	131
5 Innovation und Optimierung betrieblicher Abläufe	145
5.1 Produktinnovationen	145
5.2 Prozessinnovationen	147
6 Finanzierungsmöglichkeiten einer Investition	152
6.1 Investitionsarten	152
6.2 Finanzierungsmöglichkeiten	153
7 Zielbeziehungen von Unternehmen und deren Anspruchsgruppen	157
7.1 Shareholder-Value-Konzept	158
7.2 Stakeholder-Value-Konzept	159
8 Ausgestaltung der Arbeitsbeziehungen	161
8.1 Betriebliche Mitbestimmung	161
8.2 Unternehmenskultur und Mitarbeiterzufriedenheit	164
8.3 Entlohnungsformen aus Arbeitgeber- und Arbeitnehmersicht	166
9 Die Wechselwirkung von CRM und Konsumentensouveränität ..	169
9.1 Customer Relationship Management	169
9.2 Konsumentensouveränität	169

10	Unternehmensethik und ökonomische, soziale und ökologische Verantwortung von Unternehmen	173
10.1	Corporate Social Responsibility	174
10.2	Unternehmen übernehmen Verantwortung – Weitere unternehmensethische Instrumente	175
11	Einflüsse von gesellschaftlichem und technologischem Wandel ..	180
11.1	Automatisierung	180
11.2	Digitalisierung	181
11.3	Tertiärisierung	182
11.4	Demografische Entwicklung	183
11.5	Flexibilisierung der Arbeitswelt	184
11.6	Globalisierung und Deglobalisierung	186
11.7	Wandel in der Zukunft	187
	Arbeitsmärkte	191
1	Der individuelle und gesellschaftliche Stellenwert der Arbeit	191
1.1	Von der Arbeits- zur Tätigkeitsgesellschaft	191
1.2	Die Bedeutung der Arbeit	193
2	Anbieter und Nachfrager auf dem Arbeitsmarkt	196
3	Arbeitslosigkeit	199
3.1	Definitionen und Berechnungen von Arbeitslosigkeit	199
3.2	Individuelle Ursachen für Arbeitslosigkeit	202
3.3	Individuelle, soziale und wirtschaftliche Folgen der Arbeitslosigkeit für den Einzelnen	205
3.4	Folgen der Arbeitslosigkeit für Staat und Gesellschaft	206
3.5	Erklärungsansätze für Arbeitslosigkeit	208
4	Staatliche Rahmenbedingungen und Ausgestaltungen des deutschen Arbeitsmarktes (Arbeitsmarktpolitik)	213
4.1	Arbeitsrecht	213
4.2	Tarifautonomie	214
4.3	Staatliche Transferleistungen	219
4.4	Niedriglohnsektor und Verteilungsgerechtigkeit	220
4.5	Mindestlohn	223
5	Angebots- und nachfrageorientierte Maßnahmen zur Förderung der Beschäftigung	226
5.1	Nachfragepolitik	226
5.2	Angebotspolitik	229

6	Folgen des freien Personenverkehrs auf dem EU-Arbeitsmarkt	232
6.1	Die vier Grundfreiheiten	232
6.2	Entwicklungen in Deutschland	233
6.3	Arbeitslosenquoten in der EU im Vergleich	234
6.4	Folgen der Arbeitnehmerfreizügigkeit	235
7	Der schwedische Arbeitsmarkt im Vergleich mit dem deutschen Arbeitsmarkt	238
	Lösungen	241
	Stichwortverzeichnis	275
	Bild- und Textnachweis	279

Vorwort

Liebe Schülerinnen und Schüler,

das Abitur-Training Wirtschaft enthält den **prüfungsrelevanten Unterrichtsstoff** für das aktuelle **Abitur**. Damit bietet es Ihnen Hilfestellung bei der optimalen Vorbereitung auf den Unterricht, die Klausuren und vor allem auf die schriftliche Abiturprüfung.

- Das Einstiegskapitel gibt Ihnen einen Überblick über die relevanten **Operatoren** bzw. **Arbeitstechniken** und schult Ihre **Methodenkompetenz**.
- Zahlreiche **Tabellen, Grafiken und Diagramme** veranschaulichen die Inhalte und erleichtern das Lernen.
- Abwechslungsreiche **Übungen** zu jedem Teilkapitel ermöglichen Ihnen, das erworbene Wissen anzuwenden und zu überprüfen.
- Mit dem umfangreichen **Lösungsteil** können Sie Ihren Lernerfolg unmittelbar und selbstständig kontrollieren.
- Das abschließende **Stichwortverzeichnis** ermöglicht das gezielte Nachschlagen und hilft Ihnen, Wissenslücken schnell und effektiv zu schließen.

Über den **Online-Code** erhalten Sie außerdem Zugang zu **digitalen Ergänzungen** dieses Trainingsbuchs:

- Zu jedem Kapitel finden Sie **interaktive Aufgaben**. Auf der Umschlaginnenseite finden Sie einen Link zu der Plattform **MyStark** und einen persönlichen Code, mit dem Sie Zugriff auf die interaktiven Aufgaben haben.
- Zu vielen Themen finden Sie zudem **Lernvideos**. Diese erklären die Lerninhalte Schritt für Schritt.



Viel Erfolg in Ihren Prüfungen wünschen Ihnen

A handwritten signature in black ink that reads 'Joachim Traub'. The signature is fluid and cursive, with the first letters of the first and last names being capitalized and prominent.

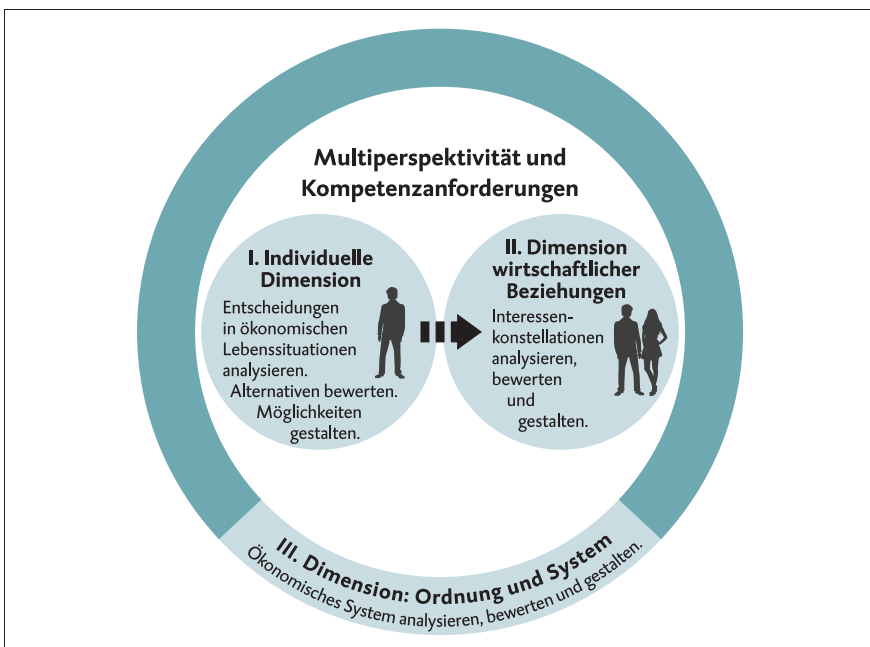
Joachim Traub

A handwritten signature in black ink that reads 'Holger Nagel'. The signature is more stylized and less legible than the one above, with a long, sweeping stroke at the end.

Holger Nagel

2 Kompetenzen und das Drei-Dimensionen-Modell

Das Leistungsfach Wirtschaft in Baden-Württemberg gliedert sich inhaltlich nach **Märkten**, auf welchen **unterschiedliche Akteure und Perspektiven** aufeinandertreffen, was mitunter zu Konflikten und Marktversagen führen kann. Neben inhaltsbezogenen Kompetenzen, z. B. in Form von Fachwissen, fördert das Fach Wirtschaft deshalb weitere Fähigkeiten. Dazu gehören insbesondere Kompetenzen, um **Problemstellungen** zu erkennen, zu analysieren und aus verschiedenen Blickwinkeln ein begründetes **Urteil** fällen zu können. **Kontroversität** und **Pluralität** sind in allen Aufgaben mitzudenken. Das gilt auch beim Umgang mit den zahlreichen ökonomischen **Modellen**, die im Unterricht vorkommen. Diese müssen stets kritisch reflektiert, hinterfragt, wenn nicht sogar **dekonstruiert** werden (vgl. Produktlebenszyklus, S. 14). Entsprechend steht hinter allen Aufgaben das „**Drei-Dimensionen-Modell**“, das helfen kann, beim Lösen von Aufgaben einen systematischen **Perspektivenwechsel** vorzunehmen.



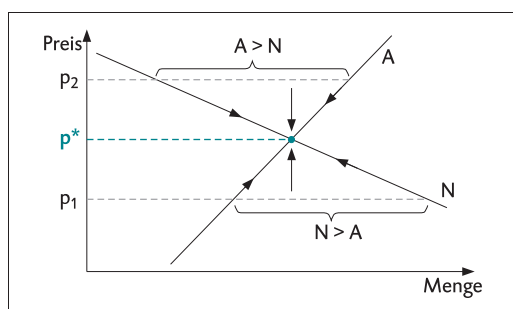
Drei-Dimensionen-Modell

1. **Individuelle Dimension („Ich“):** Welche Handlungsalternativen habe ich selbst, um nachhaltige und gerechte Entscheidungen zu treffen?
2. **Dimension wirtschaftlicher Beziehung („Die Anderen und Ich“):** Welche Interessen- und Zielkonflikte können entstehen und welche Möglichkeiten für eine kooperative und friedliche Problemlösung gibt es?
3. **Dimension Ordnung und System („Das System“):** Welche Spielregeln, Wirtschaftsordnungen, Staaten oder globalen Organisationen können die Situation verändern und gestalten?

2.5 Preisbildung am vollkommenen Markt und Gesamtwohlfahrt

Während ein Monopolist als alleiniger Anbieter – innerhalb gewisser Grenzen – den Preis setzen kann, ist bei vollständiger Konkurrenz (Polypol) der Marktanteil des einzelnen Anbieters so gering, dass er keinerlei Marktmacht hat und den Absatzpreis nicht bestimmen kann. Der Anbieter im Polypol muss daher den **Marktpreis (Gleichgewichtspreis)** als gegeben (Datum) hinnehmen. Verlangt er einen Preis über dem Gleichgewichtspreis, so verliert er unter den Bedingungen des vollkommenen Marktes sofort alle Kunden. Da vollkommene Markttransparenz herrscht, kennen alle Kunden den niedrigeren Preis der Konkurrenz und kaufen dort ein, weil ihr Handeln allein vom Prinzip der Nutzenmaximierung (Rationalprinzip) bestimmt wird. Es existieren weder räumliche, zeitliche noch persönliche Präferenzen. Wird dagegen der Gleichgewichtspreis von einem Anbieter unterboten, wächst ihm sofort die gesamte Nachfrage zu, da sich die Anpassungsprozesse auf dem vollkommenen Markt unendlich schnell vollziehen. Da seine Kapazitäten jedoch begrenzt sind, kann er nicht die gesamte Nachfrage befriedigen. Die Kunden wandern deshalb sofort wieder ab.

Die **Preisbildung** auf einem freien Markt wurde von Adam Smith (1723–1790) als die „**unsichtbare Hand**“ beschrieben.³ In einer freien Marktwirtschaft ergibt sich der Preis durch das freie Zusammenspiel von Angebot und Nachfrage auf dem Markt. Grafisch erhält man den Gleichgewichtspreis (p^*), indem man die gesamtwirtschaftliche Nachfragekurve (N) mit der gesamtwirtschaftlichen Angebotskurve (A) schneidet. Der **Schnittpunkt** gibt den Preis an, bei dem Angebot und Nachfrage gleich groß sind. Dieser Gleichgewichtspreis wird sich durch das freie Spiel der Marktkräfte nach einer bestimmten Zeit einpendeln.



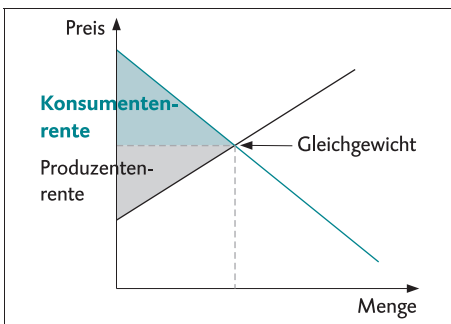
Marktgleichgewicht und -ungleichgewicht

3 In „An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations“ (1776).

Liegt der Marktpreis (p_2) über dem Gleichgewichtspreis, ist das Angebot größer als die Nachfrage. Es herrscht ein **Angebotsüberschuss**. Um nicht auf den produzierten Waren sitzen zu bleiben, unterbieten sich die Anbieter und der Preis fällt. Es treten neue Nachfrager auf, Anbieter mit hohen Kosten verschwinden vom Markt. Der Marktpreis sinkt so lange, bis der Angebotsüberschuss abgebaut ist und die angebotene und die nachgefragte Menge gleich groß sind.

Liegt der Marktpreis (p_1) aber unter dem Gleichgewichtspreis, so ist auch dieser Preis nicht stabil. Bei einem Preis p_1 herrscht ein **Nachfrageüberschuss**, die Nachfrage übersteigt das Angebot. Die Konkurrenz der Nachfrager um die knappen Güter treibt den Preis nach oben. Beim Steigen des Preises wird das Anbieten für neue Produzenten rentabel, während einkommensschwächere Kunden aufgrund des höheren Preises auf den Erwerb verzichten müssen. Der Nachfrageüberschuss wird abgebaut. Es pendelt sich allmählich der Marktpreis ein, bei dem Angebot und Nachfrage gleich groß sind. Das ist der **Gleichgewichtspreis**. Dieser Preis führt zu einem **gesellschaftlichen Wohlfahrtsoptimum**, dem sogenannten **Pareto-Optimum**⁴, d. h., es gibt keinen anderen Zustand, der es ermöglicht, einen Marktteilnehmer besserzustellen, ohne einen anderen schlechterzustellen.

Die **Gesamtwohlfahrt** beschreibt den Nutzen aller Individuen einer Volkswirtschaft. Eine Aufgabe des Staates ist es, diese Wohlfahrt zu maximieren. Die **Gesamtwohlfahrt** berechnet sich aus der Summe von **Konsumentenrente** und **Produzentenrente**. Wie im folgenden Schaubild zu sehen ist, sind beim Gleichgewichtspreis die **Konsumentenrente** und die **Produzentenrente** maximal. Man spricht in diesem Fall von einer effizienten Allokation der Ressourcen.



Gesamtwohlfahrt: Konsumenten- und Produzentenrente

4 Vilfredo Federico Pareto (1848–1923): italienischer Ingenieur, Ökonom und Soziologe.

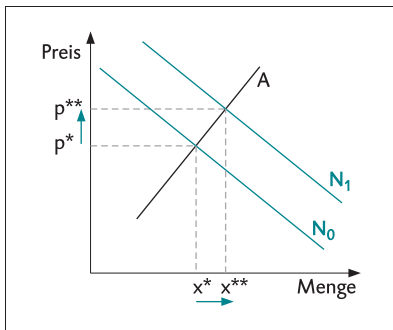
Die **Konsumentenrente** ist der Unterschied zwischen dem Preis, den jemand zu bezahlen bereit ist, und dem Gleichgewichtspreis.

Entsprechend verhält es sich bei der **Produzentenrente**. Die Anbieter, die zu einem günstigeren Preis als dem Marktpreis ihre Güter auf den Markt bringen können, verzeichnen diese Differenz als Rente.

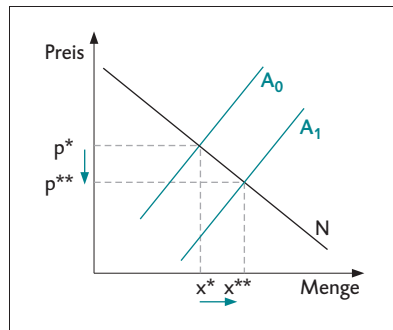
Beispiel Herr Müller ist bereit, 200 Euro für einen Fitnessstracker zu bezahlen. Der Marktpreis beträgt aber nur 160 Euro, somit beträgt seine Rente, man könnte sagen sein „Gewinn“, 40 Euro.

Grafisch ist die Konsumentenrente die Fläche unter der Angebotskurve, die nach unten von der Preislinie begrenzt wird. Dieser Zusammenhang zwischen Angebots- und Nachfragekurve gilt nur unter der **ceteris-paribus-Klausel**, d. h. unter sonst gleichen Umständen. Der Preis wird als die einzige Einflussgröße auf die angebotene bzw. die nachgefragte Menge betrachtet, alle anderen Einflussfaktoren bleiben konstant. Ändern sich andere Größen, die auf die Nachfrage (z. B. verfügbares Einkommen) oder das Angebot (z. B. Produktionsverfahren) einwirken, verschieben sich die Kurven (vgl. S. 29).

- Beispiele**
- Steigt das verfügbare Einkommen der Haushalte durch eine Senkung direkter Steuern, wird die gesamtwirtschaftliche Nachfragekurve (N_0) nach rechts verschoben (N_1). Zum alten Gleichgewichtspreis (p^*) herrscht nun ein Nachfrageüberschuss. Es entsteht ein Preisdruck nach oben durch die Konkurrenz der Nachfrager. Mit dem steigenden Marktpreis erweitert sich das Angebot. Im Schnittpunkt der neuen Nachfragekurve (N_1) mit der Angebotskurve (A) liegt der neue, höhere Gleichgewichtspreis (p^{**}). Die Gleichgewichtsmenge vergrößert sich auf x^{**} (linke Abbildung).
 - Wird durch technischen Fortschritt ein kostengünstigeres Produktionsverfahren erfunden, bei dem der Rohstoffverbrauch sinkt, verschiebt sich die Angebotskurve (A_0) nach rechts (A_1). Die Anbieter sind nun in der Lage, die selben Mengen zu einem günstigeren Preis zu verkaufen bzw. zu jedem beliebigen Preis eine größere Menge anzubieten. Zum alten Gleichgewichtspreis (p^*) herrscht ein Angebotsüberhang. Die Konkurrenz der Anbieter führt zu einem Preisdruck nach unten. Der Gleichgewichtspreis (p^{**}) sinkt, bis der Angebotsüberhang abgebaut ist (rechte Abbildung).



a) Steigendes Einkommen bewirkt Nachfrageüberhang und damit Preissteigerung



b) Billigere Produktionsverfahren bewirken Angebotsüberhang und damit Preis-senkung

Der Gleichgewichtspreis stellt sich meistens nicht sofort ein. Schwankungen bedeuten einen Gesamtwohlfahrtsverlust aufgrund von Ungleichgewichten in der Konsumenten- und Produzentenrente. Die Schwankungen kommen dadurch zustande, dass sich Angebot und Nachfrage jeweils nur an aktuellen Preisen orientieren können. Planungsphasen, Produktionsanpassungen und die Produktion selbst nehmen aber einige Zeit in Anspruch, sodass die eigentlichen Marktreaktionen den Preisentwicklungen hinterherhinken. Solche zyklischen Schwankungen des Preises nennt man „**Schweinezyklus**“.

2.6 Funktionen des Preises

Preise sind in der Marktwirtschaft von zentraler Bedeutung. Sie erfüllen für das Funktionieren des Systems wichtige Funktionen:

- **Informationsfunktion (auch: Indikatorfunktion, Knappheitsfunktion oder Signalfunktion):** Der Preis eines Gutes zeigt seine relative Knappheit an. Je knapper ein Gut ist, desto höher ist der Preis.
- **Lenkungsfunktion/Allokationsfunktion:** Die Preise lenken die Produktionsfaktoren dorthin, wo sie den höchsten Ertrag bringen.
- **Anreiz-/Erziehungsfunktion:** Ein hoher Preis stellt für die Anbieter eine Motivation dar, ein entsprechendes Gut herzustellen. Angesichts knapper Güter wird belohnt, wer sparsam und ressourcenschonend wirtschaftet.
- **Ausgleichs-/Koordinationsfunktion:** Der Preis sorgt für den Ausgleich von Angebot und Nachfrage und so für ein Marktgleichgewicht.
- **Auslese-/Selektionsfunktion:** Der Preis sorgt dafür, dass nur diejenigen am Markt bestehen können, die zum Marktpreis produzieren bzw. diesen bezahlen können. Alle anderen müssen aus dem Markt ausscheiden.

Aufgaben

- 6 Erklären Sie die Begriffe Preiselastizität und Kreuzpreiselastizität der Nachfrage.
- 7 Eine Erhöhung des Preises für Schokolade um 4 % führt zu einer Senkung der Nachfrage nach Schokolade um 8 %. Berechnen Sie die Preiselastizität der Nachfrage nach Schokolade.
- 8 Erklären Sie mithilfe einer grafischen Darstellung das Zustandekommen eines Nachfrageüberhangs und dessen Bedeutung für die Gesamtwohlfahrt.
- 9 Erläutern Sie die Wirkungen eines Angebotsoligopols auf die Funktionen des Preises.

- 5 Spiel 1 ist ein Gefangenendilemma: Die dominante Strategie besteht darin, dass beide Firmen investieren, unabhängig davon, was die andere Firma macht. Damit erreichen beide Unternehmen ein suboptimales Ergebnis mit einer Auszahlung von 5; 5. Besser wäre gewesen, nicht zu investieren mit einer Auszahlung von 10; 10.

Spiel 2 ist kein Gefangenendilemma: die dominante Strategie bedeutet für beide Unternehmen eine jeweils höhere Auszahlung (10; 10: TESLA mit investieren; VW mit nicht investieren), als wenn sie der jeweils anderen Strategie gefolgt wären (5; 5).

- 6 Vgl. S. 30 ff.

$$7 \quad \text{El}_N = \left| \frac{-8\%}{4\%} \right| = 2$$

Die prozentuale Mengenänderung ist größer als die prozentuale Preisänderung. Es liegt mit 2 eine elastische Nachfrage vor ($\text{El}_N > 1$).

- 8 vgl. Diagramm Seite 39: Ein Nachfrageüberhang entsteht, wenn der Marktpreis unter dem Gleichgewichtspreis liegt. Dazu kann es durch natürliche Marktschwankungen, aber auch durch staatliche Eingriffe, z. B. durch Preisfestlegungen, kommen. Auf dem vollkommenen Markt wird der Überhang allerdings abgebaut: Der Preis wird durch das knappe Angebot angehoben, neue Anbieter kommen in den Markt, während einkommensschwächere Nachfrager ausscheiden. Es bildet sich ein neuer Gleichgewichtspreis. Bei einer staatlichen Preisfestsetzung ist dies nicht der Fall.

- 9 Typisch für ein Angebotsoligopol ist, dass die Marktmacht bei wenigen Anbietern liegt. Sie könnten sich verbotenerweise bezüglich der Festlegung der Preise absprechen oder einen Preiskampf beginnen.
- Informationsfunktion: Preis zeigt nicht unbedingt die Knappheit des Gutes an.
 - Lenkungsfunktion/Allokationsfunktion: Die Gesamtwohlfahrt wird beeinträchtigt, da die Preise die Produktionsfaktoren nicht mehr lenken können.
 - Anreizfunktion: Bei einem Preiskampf lohnt es sich für einen Anbieter irgendwann nicht mehr, das Gut zu einem viel zu niedrigen Preis anzubieten.
 - Ausgleichs-/Koordinationsfunktion: Das Marktgleichgewicht wird durch die Anbieter und nicht mehr durch den Preis erzeugt.
 - Auslese-/Selektionsfunktion: Der Preiskampf – nicht der eigentliche Marktpreis – sorgt dafür, dass nur diejenigen am Markt bestehen können, die zum Marktpreis produzieren bzw. diesen bezahlen können. Alle anderen müssen aus dem Markt ausscheiden.



© **STARK Verlag**

www.stark-verlag.de
info@stark-verlag.de

Der Datenbestand der STARK Verlag GmbH ist urheberrechtlich international geschützt. Kein Teil dieser Daten darf ohne Zustimmung des Rechteinhabers in irgendeiner Form verwertet werden.

STARK