

Markt und freier Marktzugang

Jahrgangsstufe 8 Realschule	Lehrplan-Kapitel 1.2
-----------------------------	----------------------

Thema der Stunde	
<ul style="list-style-type: none">• Wiederholung Angebot und Nachfrage• Freier Marktzugang	

benötigte Medien			
<input checked="" type="checkbox"/> Tafel	<input checked="" type="checkbox"/> OHP-Folie	<input type="checkbox"/> Beamer (PPT)	<input type="checkbox"/> SmartBoard
<input type="checkbox"/> ABB	<input type="checkbox"/> Buch	<input type="checkbox"/> Videofilm	<input type="checkbox"/> Audio-CD
<input type="checkbox"/> Internet	<input type="checkbox"/> _____		

Lernziele:

Die Schülerinnen und Schüler sollen

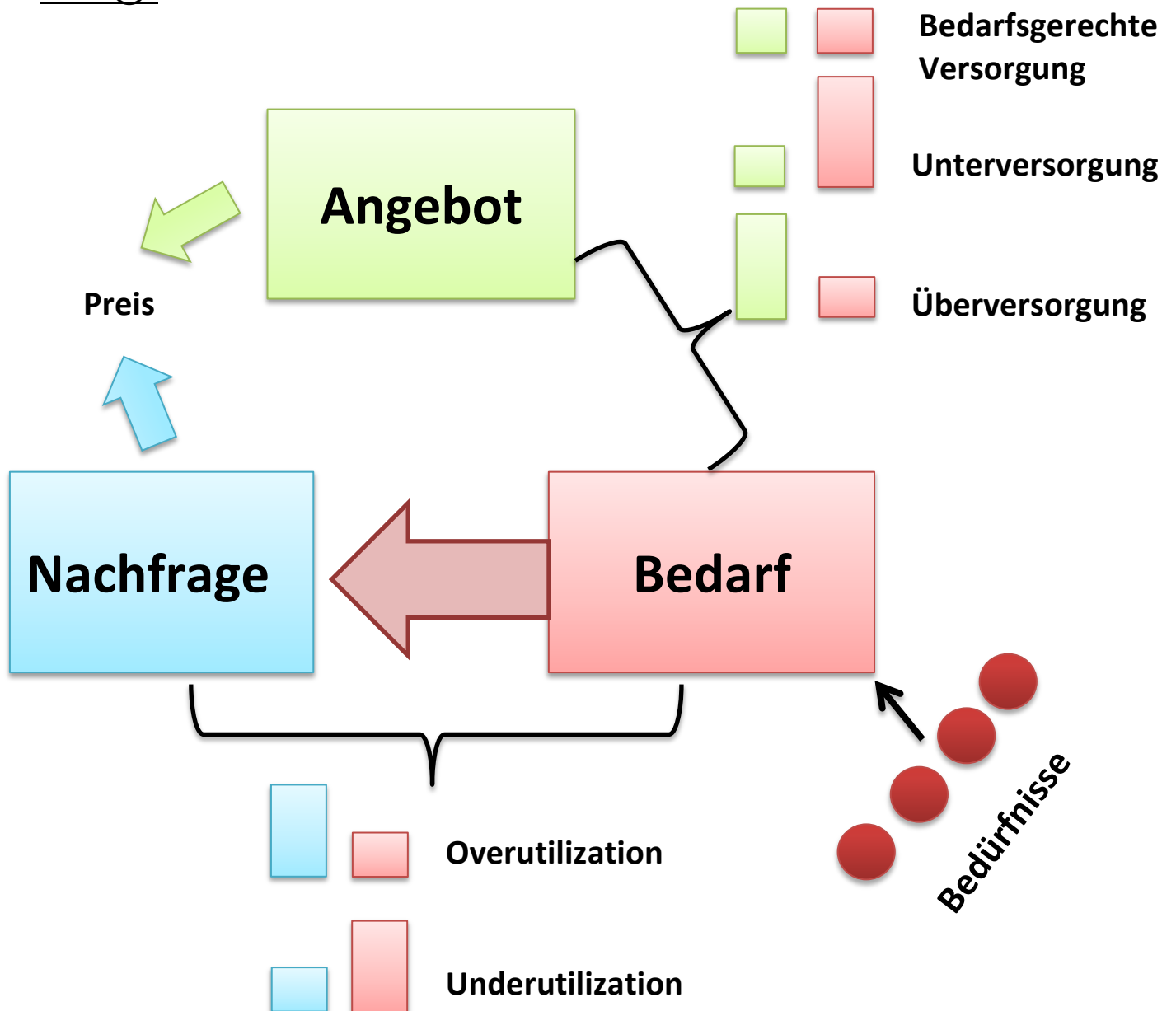
- Unterschied zwischen Marktbarrieren und Monopolbildung kennen und erklären können
- Die Fakten des freien Marktzugangs verstehen können

Folie ①:

Bild von diesem Link bitte einfügen!!!

http://content.alltours.de/mediadatabase/die_bahn.jpg

Folie ②:



Folie ③:

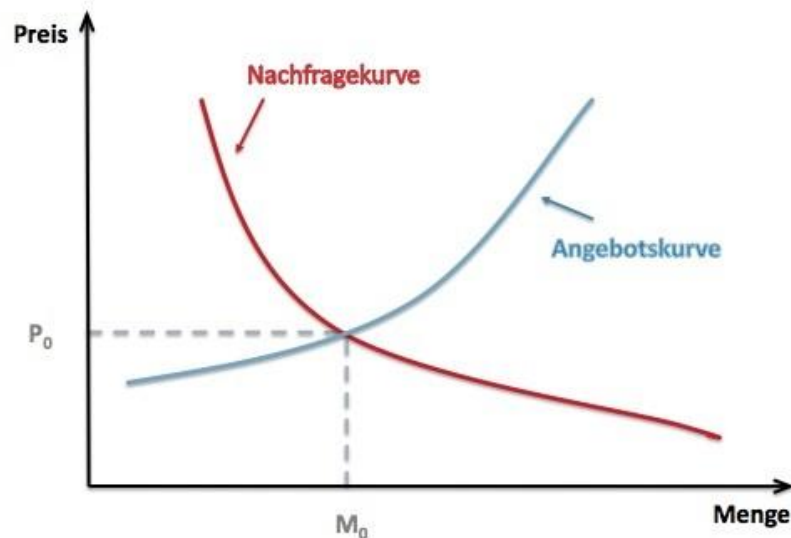
Telekommunkation

Bitte diesen Text einfügen!!!

<http://www.telekom.com/medien/medienmappen/regulierung/1902>

Tafelbild ①:

Der Markt – Treffpunkt von Angebot und Nachfrage



Preis steigt → Angebot Steigt

Preis fällt → Nachfrage steigt

Marktmechanismus



Tafelbild ②:

Fakten über den freien Marktzugang:

Marktinstrumente:

- Soziale Gerechtigkeit
- Individuelle Freiheit

Bedeutung: Ein Wirtschaftssubjekt hat die Möglichkeit an einem Markt, sowohl als Käufer oder Verkäufer, ohne Einschränkungen teilzunehmen

Das Wirtschaftssubjekt muss mit den andern Marktteilnehmern konkurrieren und versuchen sich auf dem Markt zu halten

Tafelbild ③:

Arten von Marktformen:

- **Monopol:** ein Anbieter gibt es nicht mehr (Bahn)
- **Oligopol:** wenige Anbieter z.B. Stromanbieter, Mineralöl
- **Polypol:** viele Anbieter z.B. Autohersteller

Tafelbild ④:

Markteintrittsbarrieren

In Deutschland gibt es verschiedene Markteintrittsbarriere:

- Strukturelle Markteintrittsbarriere
(Betriebskostensparnisse, absolute Kostenvorteile und Differenzierungsvorteile),
- Strategische Markteintrittsbarriere
(Vergeltungsandrohung oder Abschreckungsmaßnahmen) und auch
- Endogene Markteintrittsbarriere
(erhebliche Investitionen in Maßnahmen der Kundenbindung und Kundengewinnung).

Schemadisposition:

Phase (Zeit)	Inhalt	Medien	Sozial-/Aktionsform	Zeit
Hinführung	<p>Bahn als Bsp. Für Monopol Bild einfügen!!!!</p> <ul style="list-style-type: none"> • L.: Seid ihr schon mal mit der Bahn gefahren? • Kennt ihr weitere Eisenbahnunternehmen • Erarbeitung des Begriffs „Monopol“ 	Folie ①	Unterrichtsgespräch	7 Min
Erarbeitung				
1. Teilziel	<ul style="list-style-type: none"> • Angebot und Nachfrage auf dem Markt • Erarbeitung Merkmale Angebot und Nachfrage • Übernahme der Folie ins Heft 	<p>Folie ②</p> <p>Tafelbild ①</p>	Fragend-entwickelnd	7 Min
2. Teilziel	<ul style="list-style-type: none"> • Vermittlung der Marktinstrumente der soz. Marktwirtschaft • Allgemeine Fakten des freien Marktzugangs 	Tafelbild ②	Fragend-entwickelnd	6 Min
3. Teilziel:	<ul style="list-style-type: none"> • Monopole als Markteintrittssperre?? • Erarbeitung von den Arten der Monopole 	Tafelbild ③	Fragend-entwickelnd	

4. Teilziel:	<ul style="list-style-type: none"> • Hindernisse im Marktzugang • Erarbeitung der 3 möglichen Barrieren • Wichtigste Barrieren beim Handel mit dem Ausland 	Tafelbild ④	Fragend- entwickelnd	8 Min
Sicherung	<ul style="list-style-type: none"> • Aktualität des Monopols am Beispiel der Telekom <p>Text einfügen!!!</p>		erarbeitend	12 Min
Hausaufgabe	<ul style="list-style-type: none"> • Internetrecherche über noch vorhandene Monopole in Deutschland 		dozierend	2 Min