

Thema: Relevanz von Märkten

Was ist ein Markt?

Ein Markt als theoretisches Konstrukt beschreibt den ökonomischen Ort des Tausches, an dem Angebot und Nachfrage zusammentreffen und die Preisbildung vollziehen.

Nennen und erläutern Sie zwei Anwendungsbereiche von Märkten.

(1) Strategische Unternehmenspolitik ist die Bildung strategischer Geschäftseinheiten, strategischer Geschäftsfelder und strategischer Gruppen.

(2) Marketing-Politik ist die Ausrichtung von Marktbearbeitungsmaßnahmen an den Marktteilnehmern.

Nennen Sie drei Merkmale von Wettbewerbsmärkten.

(1) Existenz von Märkten

(2) Mindestens zwei Anbieter oder Nachfrager

(3) Antagonistisches (gegensätzliches) Verhalten der Marktteilnehmer

Definieren Sie die Wettbewerbspolitik und deren Leitbild.

Wettbewerbspolitik beschreibt Maßnahmen zur Vermeidung oder Beseitigung von Wettbewerbsbeschränkungen.

Das Leitbild definiert sich über die erwünschte Art von Wettbewerb, die an wettbewerbspolitischen Zielen ausgerichtet ist (Wettbewerbstheorie).

Identifizieren Sie ein Problem der Marktabgrenzung.

Die Abgrenzung homogener bzw. vergleichbarer Objekte, ist insbesondere bei Mischkonzernen ein Problem.

Charakterisieren Sie Verbrauchermarkt, Lebensmittelfachgeschäft und Supermarkt.

Verbrauchermarkt: Einzelhandelsbetrieb, überwiegend Selbstbedienung, großer Anteil an Non-Food Artikeln, breites und flaches Sortiment, große Verkaufsfläche und Stadtrandlage

Lebensmittelfachgeschäft: Einzelhandelsbetrieb, überwiegend Bedienung, keine Non-Food Artikel, schmales und tiefes Sortiment, kleine Verkaufsfläche und Innenstadtlage

Supermarkt: Einzelhandelsbetrieb, überwiegend Selbstbedienung, wenige Non-Food Artikel, breites und flaches Sortiment, mittlere Verkaufsfläche und Innenstadtlage