

Das Marktspiel

Kurzbeschreibung:

In der Aktivität wird die Rolle des Marktes im Kapitalismus spielerisch nachvollzogen. Zunächst werden drei Runden lang die Annahmen der neoklassischen Theorie des »vollkommenen Marktes« simuliert. Viele Anbieter_innen treffen auf viele Nachfrager_innen und es bildet sich tendenziell ein Gleichgewichtspreis heraus. Anschließend werden die Regeln geändert und es setzt der typische, durch die Konkurrenz getriebene Konzentrationsprozess ein. In jeder Runde scheiden die Verkäufer_innen mit dem wenigsten Gewinn aus, bis ein Monopol übrig bleibt.

Zeit:

45 Minuten (nur Spiel mit erster Kurzauswertung)

Gruppengröße:

10 bis 32

Material:

Rollenbeschreibungen

Ablauf:

- Die Gruppe wird in zwei gleich große Gruppen von Verkäufer_innen und Käufer_innen geteilt. Alle bekommen ein Blatt mit der entsprechenden Rollenbeschreibung und den Spieltabellen.
- Wenn es keine Rückfragen mehr gibt, werden zunächst drei Runden gespielt.
- Danach wird von der Spielleitung eine neue Regel eingeführt:
 - Auf dem Markt herrscht Konkurrenz, deshalb scheiden ab jetzt die Verkäufer_innen mit dem wenigsten Gewinn aus und werden zu Käufer_innen. Sie bekommen ein entsprechendes Blatt und beginnen dort in der entsprechenden Runde.
 - *Gruppen bis 15:*
Ein_e Verkäufer_in scheidet pro Runde aus
 - *Gruppen zwischen 16 und 27:*
Zwei Verkäufer_innen scheiden pro Runde aus
 - *Gruppen ab 28:* Drei Verkäufer_innen scheiden pro Runde aus
- Wenn mehrere Verkäufer_innen gleich wenig Gewinn gemacht haben, zählt der Gesamtgewinn aus allen bisherigen Runden. Ist auch dann noch Gleichstand, entscheidet das Schicksal (Spielleitung).
- Wenn nur noch ein_e Verkäufer_in übrig ist, wird eine letzte Runde gespielt und danach endet das Spiel.
- Kurze Auswertung:
 - Wie war das Spiel?
 - Was ist Ihnen aufgefallen?
 - Welche Strategien haben Sie verfolgt?
 - Wie haben sich die Preise entwickelt?
 - Welche Situationen aus dem Spiel halten Sie für realistisch und welche nicht?

REQUISITEN ROLLENBESCHREIBUNG UND SPIELTABELLE

Sie sind Verkäufer_in

- Sie wollen möglichst viel Geld verdienen,
- Sie können in jeder Runde 15 Stück »Fantastix« verkaufen.
- Ein Stück kostet Sie im Einkauf 10 Euro, billiger dürfen Sie es nicht verkaufen.
- Stellen Sie ein Preisschild auf. Sie können den Preis im Laufe der Zeit ändern und mit den einzelnen Kunden verhandeln.
- Tragen Sie den Preis für jedes verkaufte Stück »Fantastix« und den Gewinn (Preis minus 10 Euro) in die Tabelle ein.

Stück	Runde 1		Runde 2		Runde 3		Runde 4		Runde 5		Runde 6		Runde 7		Runde 8		Runde 9	
Fantastix	Preis	Gewinn	Preis	Gewinn	Preis	Gewinn	Preis	Gewinn	Preis	Gewinn	Preis	Gewinn	Preis	Gewinn	Preis	Gewinn	Preis	Gewinn
1																		
2																		
3																		
4																		
5																		
6																		
7																		
8																		
9																		
10																		
11																		
12																		
13																		
14																		
15																		

Sie sind Käufer_in

- Sie haben in jeder Spielrunde 100 Euro und möchten dafür möglichst viele »Fantastix« kaufen.
- Sie können den Preis mit den Verkäufer_innen verhandeln.
- Tragen Sie den Preis für jedes gekaufte Stück »Fantastix« und das restliche Geld in die Tabelle ein.

Stück	Runde 1		Runde 2		Runde 3		Runde 4		Runde 5		Runde 6		Runde 7		Runde 8		Runde 9	
Fantastix	Preis	Rest-geld	Preis	Rest-geld	Preis	Rest-geld	Preis	Rest-geld	Preis	Rest-geld	Preis	Rest-geld	Preis	Rest-geld	Preis	Rest-geld	Preis	Rest-geld
1																		
2																		
3																		
4																		
5																		
6																		
7																		
8																		
9																		
10																		

ARBEITSVORSCHLÄGE

1. Lesen Sie den Text M1 und beantworten Sie die folgenden Fragen:

- 1a. Welche Marktformen werden im Text beschrieben und was zeichnet sie aus?
- 1b. Welche Marktformen kamen im Spiel vor?

2. Lesen Sie den Text M2 und beantworten Sie die folgenden Fragen:

2a. Von welcher Marktform geht die »Theorie von der Marktwirtschaft« laut der Autorin aus?

2b. Welche Marktform ist nach der Autorin im Kapitalismus vorherrschend? Welche Argumente führt sie dafür an?

2c. Vergleichen Sie Ihre Antworten auf die vorherigen beiden Fragen. Was fällt dabei auf und welche Erklärung fällt Ihnen dafür ein? —

M1 Markt und Marktformen

Jeder kennt einen Wochenmarkt, einen Flohmarkt oder einen Supermarkt. Auf diesen Märkten können wir Lebensmittel und andere nützliche oder schöne Dinge einkaufen, wenn wir genug Geld dafür haben. In den Wirtschaftswissenschaften (genauer gesagt: in der neoklassischen Wirtschaftstheorie) ist der Markt aber ein allgemeines Modell und hat nichts mit einem bestimmten Markt zu tun. Auf diesem Modell-Markt treffen Angebot und Nachfrage aufeinander, das heißt, die Verkäufer_innen und die Käufer_innen bestimmter Güter, und es bilden sich Preise heraus.

Um die Preisbildung zu erklären, geht die Theorie von einem vollkommenen Markt aus. Das wäre ein Markt, auf dem folgende Bedingungen herrschen:

- Alle Käufer_innen und Verkäufer_innen wissen, wie viele Güter zu welchem Preis angeboten werden (Transparenz).
- Die gehandelten Güter unterscheiden sich nicht (Homogenität).
- Alle entscheiden rein nach ihrem Nutzen. Die Käufer_innen suchen den niedrigsten Preis und Verkäufer_innen den höchsten Gewinn. Sie haben keine Präferenzen, weder
 - persönlich (Bekanntschaften),
 - zeitlich (Öffnungszeiten),
 - sachlich (Rabatt) noch
 - räumlich (Standort).

- Alle Verkäufer_innen können die Güter sofort und überall liefern.

Die Käufer_innen wollen eine bestimmte Menge eines Gutes zu möglichst niedrigen Preisen kaufen.

Die Verkäufer_innen wollen mit der verkauften Menge an Gütern möglichst viel Gewinn machen. Wenn Angebot und Nachfrage übereinstimmen, wird das Marktgleichgewicht genannt. In diesem Zustand werden theoretisch die meisten Güter verkauft (größter Umsatz), und zwar zum sogenannten Gleichgewichtspreis. Ist der Preis höher, sinkt der Umsatz, weil weniger Güter nachgefragt werden. Ist die Menge der Güter höher, sinkt der Preis.

Außerdem werden bestimmte Marktformen unterschieden. Das sind unterschiedliche Verteilungen von Käufer_innen zu Verkäufer_innen. Die wichtigsten Marktformen sind das Polypol, das Oligopol und das Monopol.

- Beim Polypol gibt es viele kleine Anbieter_innen und viele kleine Nachfrager_innen, die miteinander konkurrieren. Das Polypol stimmt am ehesten mit den Annahmen des vollkommenen Marktes überein. Käufer_innen und Verkäufer_innen stehen untereinander in vollständiger Konkurrenz.

- Das Oligopol ist in der Realität häufig anzutreffen, zum Beispiel in der Auto- oder Computerindustrie. Es liegt dann vor, wenn einige wenige Anbieter_innen über einen großen Marktanteil verfügen und dabei vielen kleinen Nachfrager_innen gegenüberstehen.

- Bei einem Monopol gibt es auf der Angebotsseite nur eine_n Verkäufer_in. Ein_e Monopolist_in hat keine Konkurrenz und kann deshalb die Absatzmenge und die Preise bestimmen. ■ Quelle:

Autorentext

M2 Ulrike Herrmann: Vom Anfang und Ende des Kapitalismus

Obwohl der Kapitalismus nun rund 250 Jahre alt ist, halten sich immer noch hartnäckige Missverständnisse. Dazu zählt der Glaube, dass der Kapitalismus das Gleiche wie eine »Marktwirtschaft« sei. Doch die Marktwirtschaft gibt es nicht, oder nur in kleinen Nischen. Bereits ein Blick in die Geschichte zeigt, dass der moderne Kapitalismus mehr sein muss als nur eine Ansammlung von Märkten. Denn Märkte existierten bereits in der griechischen Antike vor 2500 Jahren. Die Araber hatten ihre Souks, Türken und Perser ihre Basare. Inder und Chinesen tauschten ihre Waren ebenfalls auf Märkten aus, aber ein moderner Kapitalismus ist daraus nirgends entstanden.

Allerdings meint die Theorie von der Marktwirtschaft mehr, als dass nur Märkte vorhanden seien. Sie will vor allem beschreiben, wie faire Preise entstehen – nämlich durch umfassenden Wettbewerb. Viele Anbieter sollen auf viele Nachfrager treffen, sodass Konkurrenz sicherstellt, dass weder Firmen noch Kunden übervorteilt werden. Diese attraktive Theorie hat jedoch einen Nachteil: Den unterstellten Wettbewerb gibt es höchstens eingeschränkt. Stattdessen wird unsere Wirtschaft von Großkonzernen geprägt, die von den Rohstoffen bis zum Absatz die gesamte Wertschöpfungskette kontrollieren. Bereits eine trockene Zahl des Statistischen Bundesamts sagt alles: »Weniger als ein Prozent der größten Unternehmen erwirtschafteten 2011 gut 66 Prozent aller Umsätze.«¹

Diese extreme Konzentration wirtschaftlicher Macht ist auch in allen anderen westlichen Ländern festzustellen. Echte Marktwirtschaft gibt es zwar, aber es sind nicht die großen Unternehmen, sondern die kleinen Selbstständigen, die sich im gnadenlosen Wettbewerb behaupten müssen. Ob Handwerker, Friseure, Gastwirte, Architekten, kleine Ladenbesitzer oder die Betreiber einer Reinigung – sie alle müssen sich der Konkurrenz stellen. Wenn das Essen nicht schmeckt, gehen die Kunden beim nächsten Mal in ein anderes Restaurant. Dieser Sektor der kleinen Firmen ist zahlenmäßig sogar sehr groß, aber dort findet eigentlich nur ein Bruchteil der eigentlichen Wertschöpfung statt. Dominiert wird die Wirtschaft von wenigen Großkonzernen.

Diese Entwicklung ist keineswegs neu, sondern war schon im 19. Jahrhundert zu beobachten. Allein zwischen 1879 und 1886 dürften rund 90 Kartelle in Deutschland entstanden sein, die meisten davon waren Preiskartelle.¹ [...] Damals zeigte sich erstmals ein Paradox, das den Kapitalismus bis heute prägt: Nur wenn das Risiko weit-

gehend ausgeschlossen ist, werden hohe Investitionen riskiert. Exemplarisch ist die Geschichte der deutschen Elektroindustrie: 1882 begann der internationale Siegeszug der Glühbirne, die der US-Amerikaner Thomas Alva Edison erfunden hatte. In Deutschland gründete Emil Rathenau schon 1883 die Deutsche Edison-Gesellschaft für angewandte Elektrizität. Um jeden Ärger zu vermeiden, einigte er sich bereits vorab mit dem einzig denkbaren Konkurrenten – mit der Firma Siemens & Halske, die seit den 1860er-Jahren Dynamomaschinen baute.

Als Arrangement schlug Rathenau vor, dass Siemens auf Elektrifizierungsbemühungen verzichten sollte, dafür würde er wiederum sämtliche Vorprodukte von Siemens beziehen. Nur die Glühbirnen wollte Rathenau selbst herstellen.¹ Der Markt wurde also schon verteilt, noch bevor er existierte.

Technische Entwicklungen machten diesen Glühbirnenvertrag bald überflüssig, die gedeihliche Zusammenarbeit aber blieb. Als Emil Rathenau 1887 seine Allgemeine Elektrizitätsgesellschaft (AEG) gründete, stiegen Siemens und auch die Deutsche Bank als Kapitalgeber ein, sodass sie 1910 zusammen 75 Prozent der elektrotechnischen Produktion in Deutschland kontrollierten.¹ Statt einer wettbewerbsorientierten »Marktwirtschaft« setzte sich eine Variante des Kapitalismus durch, die später gern »Deutschland AG« genannt wurde: Jeder war mit Jedem verflochten, um lästige Konkurrenz gar nicht erst aufkommen zu lassen. [...] Der Trend zur Konzentration erfasst auch neue Märkte, die durch technische Innovationen entstehen. Ein gutes Beispiel ist das Internet: Es dauerte jeweils weniger als zehn Jahre, bis Neugründungen wie Google, Facebook oder Amazon eine marktbeherrschende Stellung erreichten. [...] Der moderne Kapitalismus ist eine Art Planwirtschaft – auch wenn sie der sozialistischen Planwirtschaft überhaupt nicht ähnelt. Natürlich ist es ein diametraler Unterschied, ob die Kalkulationen zentral in einem Ministerium oder dezentral bei privatwirtschaftlichen Firmen erfolgen. Aber geplant wird immer, weil geplant werden muss. Wenn das Risiko – und damit der Gewinn – nicht kalkulierbar wäre, würde überhaupt niemand investieren. ■ Quelle: Ulrike Herrmann: »Vom Anfang und

Ende des Kapitalismus«, in: *Aus Politik und Zeitgeschichte* 35–37/2015, S. 5f.

¹ Die Fußnoten sind in der Originalquelle angegeben.