



FÜR LEHRKRÄFTE · WIRTSCHAFT-RECHT-TECHNIK KLASSE 8

Lösungen und Erwartungshorizont

Lösungen zu allen Aufgaben der sechs Lektionen, die gefüllten Hefteinträge und der Erwartungshorizont zu jedem Schreibfeld. Die Schreibfelder sind offen gebaut und werden an der Wand gemeinsam ausgewertet: Was eine Klasse mit anderen, aber tragfähig begründeten Antworten schreibt, zählt.

1 · Wer macht den Preis?

Wer bestimmt den Preis? (Meinung)

Meinungsaufgabe, Vorwissen. Wird in Lektion 6 wieder angeschaut; tragfähig ist die vierte Aussage (Zusammenspiel).

Deine Vermutung (Schreibfeld)

Offen, Vorwissen – keine Musterlösung. Typisch: „der Verkäufer“. Wird in Lektion 6 wieder gelesen.

Wer denkt so? (Sortieren in Fächer)

Anbieter (die 8b): Die Waffel soll möglichst viel einbringen. · Die Zutaten müssen mindestens bezahlt sein. · Wenn es mehr Geld gibt, backen wir mehr.

Nachfrager (die Gäste): Für einen Euro nehme ich gleich zwei. · Bei 3 € gehe ich lieber zum Kuchenstand. · Mein Taschengeld reicht nur für eine Sache.

Zwei Preise, zwei Tage (Schreibfeld)

Bei 3 € kaufen wenige, Waffeln bleiben übrig, deren Kosten sind verloren. Bei 0,50 € lange Schlange, schnell ausverkauft, viele gehen leer aus, Zutaten evtl. nicht gedeckt. Beide Male passen Angebot und Nachfrage nicht zusammen.

HEFTEINTRAG, GEFÜLLT

Der Preis entsteht durch das Zusammenspiel von **Angebot** und **Nachfrage**.

Nachfrager wollen möglichst **günstig** kaufen.

Anbieter wollen möglichst **teuer** verkaufen.

Der Marktpreis wirkt **regulierend**: Er gleicht die Wünsche beider Seiten aus.



<https://steve-wagner.de/wirtschaft-recht-technik/preisbildung/>

Zur Reihe: Sechs Lektionen mit Fällen zum Anwenden, Hefteinträgen, Kurven zum Selbstzeichnen und Preis-Schieber und Lernraum – Antworten an die Beamer-Wand, ohne Anmeldung, ohne Namen.

© 2026 Steve Wagner · steve-wagner.de

Für den eigenen Unterricht frei verwendbar. Weitergabe bitte mit Quellenangabe.

Seite 1 von 6



2 · Die Nachfragekurve

Die Kurve lesen (Lückentext)

Der Preis steht im Diagramm auf der **y-Achse (senkrecht)**. Bei einem Preis von 1,00 € würden **110** Gäste eine Waffel kaufen. Bei 2,50 € sind es noch **50** Gäste. Steigt der Preis, dann **sinkt** die nachgefragte Menge. Die Nachfragekurve verläuft von **links oben nach rechts unten**.

Warum fällt die Kurve? (Schreibfeld)

Paul (10 €) kauft bei 3 € weniger oder keine, Lena verzichtet, weil sie spart; andere wechseln zum Kuchen. Je höher der Preis, desto weniger Nachfrage – Nachfrager sind preissensibel, ihr Geld reicht nicht für alles.

HEFTEINTRAG, GEFÜLLT

y-Achse (P): **Preis** · x-Achse (M): **Menge**

Die Nachfragekurve verläuft von **links oben** nach **rechts unten**.

Je höher der Preis, desto **weniger** Nachfrage.

Grund: Nachfrager wollen möglichst **günstig** kaufen, ihr Geld reicht nicht für alles.

Zeichnung: Punkte (130 | 0,50), (110 | 1,00), (90 | 1,50), (70 | 2,00), (50 | 2,50), (30 | 3,00) – eine fallende Gerade.

3 · Die Angebotskurve

Stimmt das? (Wahr/Falsch)

1. Steigt der Preis, werden mehr Waffeln angeboten. → **wahr** – Es lohnt sich mehr: Wer backt, backt mehr, und neue Anbieter kommen dazu.
2. Die Angebotskurve fällt – genau wie die Nachfragekurve. → **falsch** – Sie steigt: von links unten nach rechts oben. Anbieter reagieren auf einen hohen Preis mit MEHR Angebot.
3. Bei einem sehr niedrigen Preis bietet kaum jemand etwas an. → **wahr** – Liegt der Preis unter den Kosten, macht jeder Verkauf Verlust.
4. Bei höherem Preis kommen neue Anbieter dazu. → **wahr** – Der Förderverein öffnet einen zweiten Stand, weil es sich jetzt lohnt.
5. Die Angebotskurve zeigt, wie viel die Käufer kaufen wollen. → **falsch** – Das zeigt die Nachfragekurve. Die Angebotskurve zeigt, wie viel die Anbieter verkaufen wollen.

Waffeln für 20 Cent? (Schreibfeld)

Die Herstellungskosten je Waffel (Zutaten, Strom, Teller) liegen über 20 Cent; jeder Verkauf wäre Verlust. Unter den Kosten bietet niemand an (Preis = Herstellungskosten + Gewinn).





HEFTEINTRAG, GEFÜLLT

Die Angebotskurve verläuft von **links unten** nach **rechts oben**.

Je höher der Preis, desto **mehr** wird angeboten.

Grund 1: Wer schon anbietet, stellt **mehr** her. Grund 2: **Neue** Anbieter kommen dazu.

Unter den **Kosten** bietet niemand an.

Zeichnung: Punkte (10 | 0,50), (30 | 1,00), (50 | 1,50), (70 | 2,00), (90 | 2,50), (110 | 3,00) – eine steigende Gerade, die die Nachfragekurve bei (70 | 2,00) schneidet.

4 · Der Gleichgewichtspreis

Wie viele werden verkauft? (Tabelle)

PREIS	NACHGEFRAGT	ANGEBOTEN	VERKAUFT
1,00 €	110	30	30
1,50 €	90	50	50
2,00 €	70	70	70
2,50 €	50	90	50
3,00 €	30	110	30

Das Gleichgewicht (Lückentext)

Der Gleichgewichtspreis am Waffelstand liegt bei **2,00 €**. Die Gleichgewichtsmenge beträgt **70** Waffeln. Im Gleichgewicht ist die angebotene Menge **gleich** der nachgefragten Menge. Liegt der Preis darüber, bleiben Waffeln **übrig**. Liegt der Preis darunter, gehen Gäste **leer aus**.

Das Diagramm beschriften (Zuordnung)

Die senkrechte Achse → Preis (P) · **Die waagerechte Achse** → Menge (M) · **Die Linie von links oben nach rechts unten** → Nachfragekurve · **Die Linie von links unten nach rechts oben** → Angebotskurve · **Der Punkt, an dem sich beide Linien kreuzen** → Gleichgewicht · **Die Höhe dieses Punktes auf der Preis-Achse** → Gleichgewichtspreis · **Die Stelle dieses Punktes auf der Mengen-Achse** → Gleichgewichtsmenge

Emir setzt 3 € durch (Schreibfeld)

110 angeboten, 30 verkauft (90 € Einnahmen), 80 übrig – deren Kosten sind verloren. Rat: Preis senken Richtung 2 €, dort passen Angebot und Nachfrage (70 = 70); zusätzlich weniger backen.





HEFTEINTRAG, GEFÜLLT

Schnittpunkt von Angebot und Nachfrage: angebotene Menge = **nachgefragte** Menge.

Es entstehen der **Gleichgewichtspreis** (Marktpreis) und die **Gleichgewichtsmenge**.

Am Waffelstand: Gleichgewichtspreis **2,00** €, Gleichgewichtsmenge **70** Waffeln.

Verkauft wird immer die **kleinere** der beiden Mengen.

Zeichnung: Schnittpunkt (70 | 2,00) mit gestrichelten Linien zu beiden Achsen.

5 · Modell und Wirklichkeit

Was war gut am Gleichgewicht? (Zuordnung)

Am Abend ist kein Teig übrig, nichts muss aufgehoben werden. → Keine Lagerung notwendig · **Es wurden genau so viele Waffeln gebacken, wie gekauft wurden.** → Optimale Produktmenge · **Keiner stand vergeblich an, nichts wurde weggeworfen.** → Kein Mangel, keine Überschüsse · **Jeder, der 2 € zahlen wollte, bekam eine Waffel.** → Markträumung

Genau hingeschaut (Wahr/Falsch)

1. Im Gleichgewicht bekommt jeder Gast des Schulfests eine Waffel. → **falsch** – Lena hat 150 Gäste gefragt, 70 davon kaufen bei 2 €. Versorgt wird jeder, der den Preis zahlen WILL – nicht jeder.
2. Im Gleichgewicht bleibt keine Waffel übrig. → **wahr** – Angebotene und nachgefragte Menge sind gleich groß.
3. Das Modell beschreibt genau, was auf jedem echten Markt passiert. → **falsch** – Es ist ein theoretisches Modell. In Wirklichkeit passen sich Preise oft langsamer oder gar nicht an.
4. Im Gleichgewicht sind alle Gäste mit dem Preis zufrieden. → **falsch** – Nein. 80 der 150 Gäste war die Waffel zu teuer – sie haben nicht gekauft. Optimal heißt: kein Mangel und kein Überschuss.

Warum passt sich der Preis nicht an? (Schreibfeld)

Gründe: Preise auf Schildern/Katalogen/Kassen aufwendig zu ändern; Fairness, Image, Stammkunden; feste Verträge/Abos; Preis vorgegeben oder bezuschusst (Mensa); Nachfrage vorher unbekannt; Gewohnheit. Tankstelle als Gegenbeispiel (elektronische Preise, messbare Schwankung).

HEFTEINTRAG, GEFÜLLT

Keine **Lagerung** notwendig.

Optimale **Produktmenge** im Markt.

Kein **Mangel**, keine Überschüsse.

Niemand bleibt unversorgt: Wer den Preis **zahlen** will, bekommt die Ware (Markträumung).

Wichtig: Das ist nur ein theoretisches **Modell**. Ein Beispiel, wo es anders läuft: (**eigenes Beispiel, z. B. Kino, Mensa, Konzertkarten**).



<https://steve-wagner.de/wirtschaft-recht-technik/preisbildung/>

Zur Reihe: Sechs Lektionen mit Fällen zum Anwenden, Hefteinträgen, Kurven zum Selbstzeichnen und Preis-Schieber und Lernraum – Antworten an die Beamer-Wand, ohne Anmeldung, ohne Namen.

© 2026 Steve Wagner · steve-wagner.de

Für den eigenen Unterricht frei verwendbar. Weitergabe bitte mit Quellenangabe.

Seite 4 von 6



6 · Der Preisbildungs-Check

Der Limo-Stand (Tabelle)

PREIS JE FLASCHE	NACHGEFRAGT	ANGEBOTEN	VERKAUFT
0,50 €	180	20	20
1,00 €	140	60	60
1,50 €	100	100	100
2,00 €	60	140	60
2,50 €	20	180	20

Das Gleichgewicht am Limo-Stand (Lückentext)

Der Gleichgewichtspreis liegt bei **1,50 €**. Die Gleichgewichtsmenge beträgt **100** Flaschen. Bei 2,00 € bleiben **80** Flaschen übrig. Bei 1,00 € gehen **80** Durstige leer aus.

Ein Rat für den Verein (Schreibfeld)

Bei 2,50 € nur 20 verkauft (50 € Einnahmen), 160 übrig. Bei 1,50 € 100 verkauft (150 €), nichts übrig. Rat: 1,50 €, das Gleichgewicht.

Die Antwort auf die Leitfrage (Schreibfeld)

Keiner allein: Der Preis entsteht im Zusammenspiel von Angebot und Nachfrage, im Diagramm im Schnittpunkt der Kurven (Gleichgewichtspreis/-menge); der Marktpreis wirkt regulierend. Neben die Vermutung aus Lektion 1 legen.

1. Der Preisbildungs-Check (Auswahl)

1. Wodurch entsteht der Marktpreis? → **Durch das Zusammenspiel von Angebot und Nachfrage** – Keine Seite kann allein bestimmen – der Preis ergibt sich aus beiden.

2. Der Preisbildungs-Check (Auswahl)

1. Was steht im Preis-Mengen-Diagramm auf der y-Achse? → **Der Preis** – Senkrecht der Preis (P), waagerecht die Menge (M).

3. Der Preisbildungs-Check (Auswahl)

1. Wie verläuft die Nachfragekurve? → **Von links oben nach rechts unten** – Je höher der Preis, desto weniger Nachfrage – die Kurve fällt.





4. Der Preisbildungs-Check (Auswahl)

1. Warum steigt die Angebotskurve von links unten nach rechts oben? → **Bei höherem Preis lohnt es sich, mehr anzubieten** – Bestehende Anbieter stellen mehr her, und neue kommen dazu.

5. Der Preisbildungs-Check (Auswahl)

1. Was zeigt der Schnittpunkt der beiden Kurven? → **Angebote Menge = nachgefragte Menge** – Dort liegen Gleichgewichtspreis und Gleichgewichtsmenge.

6. Der Preisbildungs-Check (Auswahl)

1. Bei 3 € werden 110 Waffeln angeboten und 30 nachgefragt. Wie viele werden verkauft? → **30** – Verkauft wird die kleinere Menge – mehr als 30 will niemand kaufen.

7. Der Preisbildungs-Check (Auswahl)

1. Was gehört NICHT zu den Vorteilen des Gleichgewichtspreises? → **Jeder bekommt die Ware, auch ohne zu zahlen** – Versorgt wird, wer den Preis zahlen will – nicht jeder, und nicht umsonst.

8. Der Preisbildungs-Check (Auswahl)

1. Was bedeutet Markträumung? → **Wer den Preis zahlen will, bekommt die Ware** – Im Gleichgewicht wird jeder versorgt, der zum Gleichgewichtspreis kaufen will.

9. Der Preisbildungs-Check (Auswahl)

1. Warum ist das Preis-Mengen-Diagramm nur ein theoretisches Modell? → **Preise passen sich in Wirklichkeit oft nicht sofort an** – Das Modell zeigt, wohin ein Markt strebt. Echte Preise bleiben oft eine Weile stehen.

