

Preisbildung:

\* A2

1. A; N [PV; MV] → Markt
2. vollst. Info-austausch  
→ Transparenz
3.  $P_0$
4. Ausscheiden aus Markt  
 N:  $PV < P_0$   
 A:  $PV > P_0$   
 Handel zu  $P_0$   
 N:  $PV \geq P_0$   
 A:  $PV \leq P_0$   
 Markträumung
5.  $P_0$  wird orientierungspunkt

↙

|     |                       |            |   |       |
|-----|-----------------------|------------|---|-------|
|     |                       | ①          |   | ②     |
| A1: | X↑                    | Wettbewerb | } | ✓ ✓   |
| A2: | K↓                    |            |   | P↓ X↑ |
| A3: | K↓↓↓ durch Innovation |            |   | PR↓   |

③ ↙ neue Nachfrage für neue Güter  
(natürliches Wachstum)

- KI
- demograph. Wandel ↘
- ET?
- Nanotechnologie

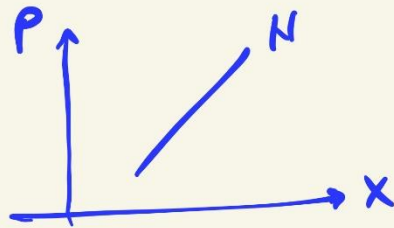
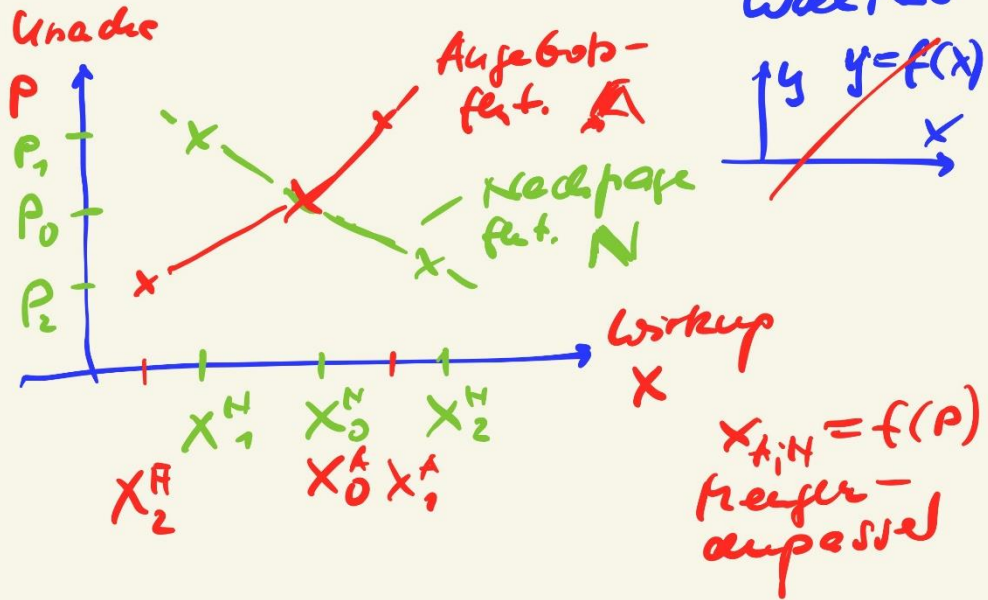
④ ↙ mit Faktorallokation =! ...  
↳

- räumliche
- Branchen
- in Unternehmen

→ Faktordynamik  
Ziel: PR↑

\* P↑↑

# Marktmodelle



- > Sub-Effekt  
Geldexplosionen
- > 1930er J. USA  
Brot  
substitutives  
Gut  
vs.  
komplementäre  
Güter