



Kap. 10: Preisbildung

Rogall
2011



Hochschule für
Wirtschaft und Recht Berlin
Berlin School of Economics and Law

Prof. Dr. Holger Rogall

- 10.1 Funktionen des Preismechanismus
- 10.2 Preisbildung auf unterschiedlichen Märkten
- 10.3 Mögliche Folgen staatlicher Eingriffe
- 10.4 Kritik – Preisbildung in der Realität

Ziel: Kennen lernen der wichtigsten Faktoren der Preisbildung

Stand: 15.09.2011



Funktionen des Preismechanismus

Rogall
2011

- (1) **Gleichgewichtsfunktion:** nach neoklass. Theorie
→ Gleichgewichtspreis (alle produzierten Güter werden verkauft)
- (2) **Informations- und Allokationsfunktion:**
Wirtschaftsakteure erhalten Informationen über die Knappheit von Gütern und Produktionsfaktoren.
Steigt ein Faktor im Preis → Effizienterer Faktoreinsatz oder Substitution.*
- (3) **Motivations- und Sanktionsmechanismus:** steigende oder sinkende Preise → Gewinnänderung → Motivation für Unternehmen schnell und vorausschauend zu handeln; falsche Entscheidungen werden sofort sanktioniert.

* Gilt nicht für langfristige Knappheiten



Gliederung

Rogall
2011



Hochschule für
Wirtschaft und Recht Berlin
Berlin School of Economics and Law

Prof. Dr. Holger Rogall

- 10.1 Funktionen des Preismechanismus
- 10.2 Preisbildung auf unterschiedlichen Märkten**
- 10.3 Mögliche Folgen staatlicher Eingriffe
- 10.4 Kritik – Preisbildung in der Realität



Preisbildung auf unterschiedlichen Märkten

Rogall
2011

- (1) **Preisbildung bei vollkommener Konkurrenz**
– **Polypol**
- (2) **Preisfestsetzung durch die Hersteller**
- **Monopole und Oligopole**
- (3) **Bilaterales Monopol**
- nur zwei Marktteilnehmer als Verhandlungspartner
- (4) **Staatlich festgesetzte Preise**



Erstens: Preisbildung bei vollkommener Konkurrenz*

Rogall
2011

Voraussetzungen:

- (1) Große Anzahl von Anbietern und Nachfragern (*Polypol*),
- (2) Markt ist vollkommen.

* Bei einer v.K. hat der einzelne Anbieter **keinen Einfluss auf den Preis**, da bei einer Preiserhöhung die Nachfrager bei anderen Anbietern kaufen.
 → Unternehmen akzeptieren den Marktpreis als eine gegebene Größe.
 Sie können nur entscheiden, wie viele Güter sie zu dem Preis anbieten wollen.
 Unternehmen = **Mengenanpasser**

* Vollkommener Markt

- (1) vollkommene Transparenz (vollständige Informationen),
- (2) Konsumenten haben keinerlei Präferenzen (Vorlieben) für einzelne Anbieter

Quelle: Rogall 2011, Kap. 10 VWL 10: Preisbildung

5/22



Erstens: Preisbildung bei vollkommener Konkurrenz*

Rogall
2011

➤ Tendenz zum Gleichgewichtspreis:

Mit einem Trial-and-Error-Prozess wird der Preis ermittelt, bei dem Angebot und Nachfrage im Gleichgewicht sind (Gleichgewichtspreis = zu diesem Preis finden alle Produkte einen Abnehmer).

➤ Wirkung von Angebots- und Nachfrageverschiebungen:

Angebot > Nachfrage

- Preissenkung (um die Güter „los zu werden“) und umgekehrt.

Quelle: Rogall 2011, Kap. 10 VWL 10: Preisbildung

6/22



Preisbildung bei vollkommener Konkurrenz *

Rogall
2011

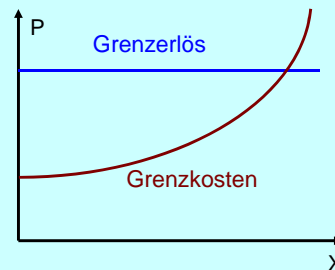
➤ Neoklassische Theorie:

Unternehmen erhöhen ihr Angebot solange, bis

Grenzerlös = Grenzkosten

Bei höherer Produktion

- steigen die Kosten, d.h. das Unternehmen würde für das nächste Gut Verluste machen (was es natürlich nicht will).



* Voraussetzung: Ertragsgesetz gilt ** Gesamtkosten geteilt durch Anzahl der Güter

Quelle: Rogall 2011, Kap. 10 VWL 10: Preisbildung

7/22



Zweitens: Preisfeststellung durch Hersteller*

Rogall
2011

➤ Praxisrelevante Erweiterung des Modells:

Oft sind den Unternehmen die Grenzkosten und vor allem die Grenzerlöse, nicht bekannt

- Unternehmen werden in der Realität die **Stückkosten**** des Gutes ermitteln und darauf einen Gewinnaufschlag erheben

= **Angebotspreis.**

Wenn Nachfrage > Angebot

- Preiserhöhung

Wenn Angebot > Nachfrage

- Preis- und Angebotssenkung

* Voraussetzung: Ertragsgesetz gilt ** Gesamtkosten geteilt durch Anzahl der Güter

Quelle: Rogall 2011, Kap. 10 VWL 10: Preisbildung

8/22



Drittens: Oligopol* - Verhaltensweisen

Rogall
2011

- **Rücksichtnahme auf Nachfrager und Konkurrenten:**
 - ➔ Gewinnspanne hängt von Kostensituation und Wettbewerbssituation ab
- Um Preis- und Produktwettbewerb mit seinen Konkurrenten zu verhindern
 - ➔ Versuch den **Wettbewerb einzuschränken** (bei vollständigen Märkten aufgrund der großen Anzahl der Anbieter nicht möglich).

*Auf Oligopolmärkten existieren nur wenige (erstzunehmende) Anbieter.

Quelle: Rogall 2011, Kap. 10 VWL 10: Preisbildung

9/22



Drittens: Oligopol* - Verhaltensweisen

Rogall
2011

- **Formen der Wettbewerbsbeschränkung:**
 - Anbieter verändern die Preise, wenn der sog. Preisführer (meist das stärkste Unternehmen) einen neuen Preis vorgibt.
 - Absprachen (Preiskartelle) oder verlangsamte Innovation

Bewertung: Entspricht das noch der Realität oder bestehen neue Gefahren ??

*Auf Oligopolmärkten existieren nur wenige (erstzunehmende) Anbieter.

Quelle: Rogall 2011, Kap. 10 VWL 10: Preisbildung

10/22



Viertens: Monopole*: Ursachen

Rogall
2011

- (1) **Größenvorteile – „natürliche“ Monopole:**
Bei hohen Fixkosten kann neuer Anbieter nur mit enormem Aufwand in den Markt einsteigen (z.B. Netze)
➔ *natürliches Monopol* ➔ hoher Schutz vor Konkurrenten.
- (2) **Staatliche od. kommunale Monopole** (19. Jh. gegründet zur Grundversorgung mit Infrastruktur)
➔ **Gebietsmonopole** (Nur ein Unternehmen darf anbieten, so dass z.B. Netze nur einmal verlegt werden mussten, z.B. Strom-, Wasserleitungen). ➔ Gemeinnützigkeitsprinzip

* Alleinigere Anbieter auf dem Markt

Quelle: Rogall 2011, Kap. 10 VWL 10: Preisbildung

11/22



Monopole*: Ursachen

Rogall
2011

- (3) **Patente:** Die wichtigsten staatlich geschützten Monopole sind Patente.
➔ Alleiniges Nutzungsrecht an Erfindung (für eine gesetzlich festgelegte Zeit)
- (4) **Know-how:** Vollständige Wissensinformation herrscht in der Realität fast nie. Es dauert einige Zeit bis sich neue Forschungserkenntnisse verbreiten (z.B. Coca-Cola, hohe Einführungskosten).
- (5) **Alleineigentum an einem wesentlichen Input:**
Ein Unternehmen befindet sich im Alleineigentum eines wesentlichen Rohstoffes. (OPEC: Öl)

* Alleinigere Anbieter auf dem Markt

Quelle: Rogall 2011, Kap. 10 VWL 10: Preisbildung

12/22



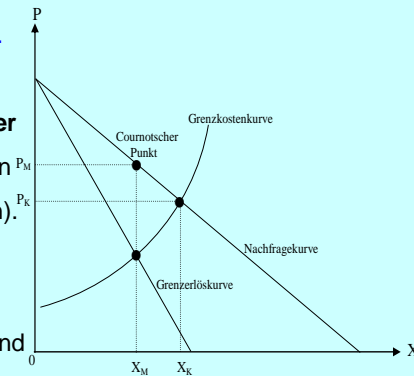
Verhalten eines Monopolisten

Rogall
2011

Die **Nachfragekurve** stellt für den M. die **Preisabsatzfunktion** dar.

Auf dieser kann der M. den Preis **oder** die Produktionsmenge frei bestimmen (z.B. die Produktion = Kosten senken).

Da er keine Konkurrenz hat, kann er auf dem Markt für die geringere Produktmenge entsprechend der Nachfragekurve einen höheren Preis erzielen. Monopole produzieren also weniger Produkte zu höheren Preisen als Polypole.



* Auch Monopole können ihre Preise nicht willkürlich festsetzen, weil die Konsumenten ihre Nachfrage senken können

Quelle: Rogall 2011, Kap. 10 VWL 10: Preisbildung

13/22



Renten (nach Stiglitz)

Rogall
2011

- **Definition:** Differenz zwischen dem Marktpreis und dem Preis, der notwendig ist, damit ein Gut produziert wird (Produktionspreis)
- Diesem Gewinn steht **keine Leistung** gegenüber, sondern ergibt sich allein aus der Knappheit an einem Gut
- **Unterschiedliche Formen:**
 - **Produzentenrente** (Gewinne, weil Angebot unter der Nachfrage)
 - **Konsumentenrente** (Preis < Produktionspreise, z.B. ausl. Anbieter)
 - **Grundrenten** (steigende Nachfrage nach Ackerland)
- **Sonstige:** Monopol- und Oligopolrenten: Trotz Produktivitätssteigerungen (Kostensenkungen) bleiben die Preise hoch

Quelle: Rogall 2011, Kap. 10 VWL 10: Preisbildung

14/22



Gliederung

Rogall
2011

Prof. Dr. Holger Rogall



10.1 Funktionen des Preismechanismus

10.2 Preisbildung auf unterschiedlichen Märkten

10.3 **Mögliche Folgen staatlicher Eingriffe**

10.4 Kritik – Preisbildung in der Realität

Quelle: Rogall 2011, Kap. 10 VWL 10: Preisbildung

15/22



Mögliche Folgen staatlicher Eingriffe*

Rogall
2011

- (1) **Höchstpreise** (z.B. Mietpreisbindung):
 - Preis < Marktpreis** (Gleichgewichtspreis)
 - ➔ **Nachfrageüberhang**
 - ➔ **Schattenpreise** (z.B. Abstandzahlungen)
- **Lösung:** Durch Wohngeld oder Bau von Sozialbauwohnungen

Quelle: Rogall 2011, Kap. 10 VWL 10: Preisbildung

16/22



Mögliche Folgen staatlicher Eingriffe*

Rogall
2011

(2) Mindestpreise (z.B. Agrarpolitik):

Preise > Gleichgewichtspreis

→ **Angebotsüberhang**

→ Staat muss Überschüsse aufkaufen („Butterberge“).

Abbau durch internationale Handelsabkommen.

- **Lösung:** Will der Staat die Verarmung der Bauern und die Landflucht stoppen, muss er alternative Einkommenstransfers schaffen, z.B. kann er dem Bauern ein Einkommen für die Pflege seines Landes zahlen (Naturwart) oder die ökologische Landwirtschaft fördern.



Gliederung

Rogall
2011

Prof. Dr. Holger Rogall



Hochschule für
Wirtschaft und Recht Berlin
Berlin School of Economics and Law

10.1 Funktionen des Preismechanismus

10.2 Preisbildung auf unterschiedlichen Märkten

10.3 Mögliche Folgen staatlicher Eingriffe

10.4 Kritik – Preisbildung in der Realität



Preisbildung in der Realität

Rogall
2011

- Marktpreise schwanken nach momentanem Angebot zu Nachfrage um Produktionspreis
- Da die *Unternehmen* in der Realität meist nicht wissen, zu welchem Preis sie ihr Produkt tatsächlich verkaufen können
 - weiten sie die Produktion solange aus, wie sie Gewinne erwarten



Preisbildung in der Realität

Rogall
2011

- Auch die *Nachfrage der Konsumenten* hängt nicht nur von den Preisen der Produkte ab, sondern von einer Vielzahl von Faktoren (Einflüssen), u.a. von der Erwartung über die wirtschaftliche Entwicklung.
- Unternehmen können nicht unbegrenzt die Preise von Produkten senken (wenn sie nicht bankrott gehen wollen).
So können sich nicht immer Gleichgewichtspreise bilden, zu denen alle Produkte gekauft werden.



Fazit

Rogall
2011

- Der Preismechanismus nimmt in einer sozial-ökologischen Marktwirtschaft wichtige Funktionen wahr, auf die eine moderne Wirtschaft nicht verzichten kann.
 - ➔ **Der Staat sollte daher nur dann in die Marktpreise eingreifen, wenn es zu einem Marktversagen kommt.**
- Bei der Untersuchung der Herausbildung von Preisen müssen wir zwischen verschiedenen Marktformen unterscheiden:
 - vollkommene Märkte,
 - Monopol- und
 - Oligopolmärkte



Quellen

Rogall
2011

- Baßeler, U.; et al. (2010): Grundlagen und Probleme der Volkswirtschaft, 19. Auflage, Stuttgart.
- Mankiw, G. (2004): Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, 3. Auflage, Stuttgart.
- Rogall, H. (2011): Grundlagen einer nachhaltigen Wirtschaftslehre, Marburg.
- Samuelson, P.; Nordhaus, W. (2005): Volkswirtschaftslehre, 18. Auflage, Landsberg am Lech.
- Stiglitz, J. (1999): Volkswirtschaftslehre, 2. Auflage, München.

