



# Preisbildung auf Märkten

Rogall  
2016

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

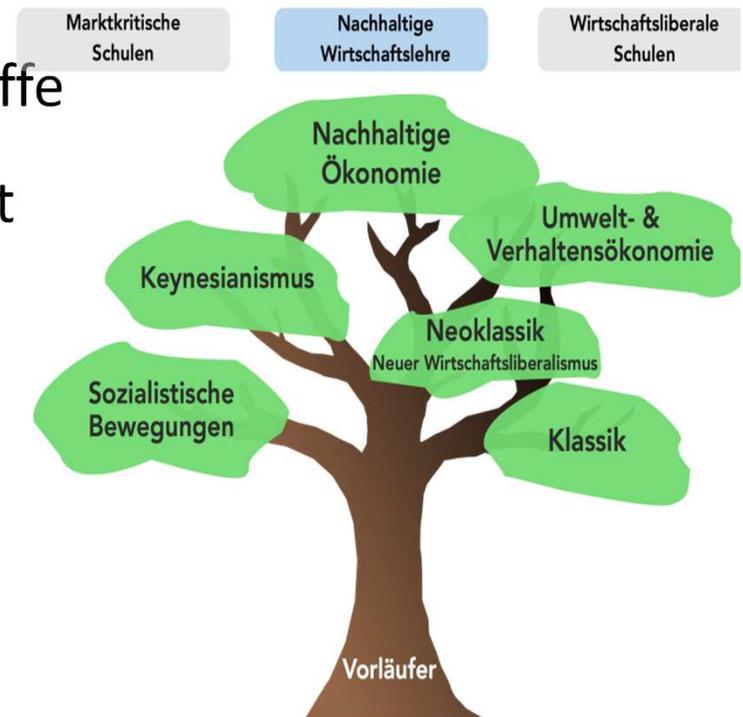
## 10.3 Mögliche Folgen staatlicher Eingriffe

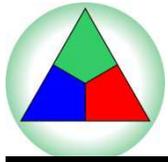
## 10.4 Kritik – Preisbildung in der Realität

**Ziel:** Kennen lernen der wichtigsten

Faktoren der Preisbildung

Stand: 01.08.2016





# Funktionen des Preismechanismus

Rogall  
2016

## 1) Gleichgewichtsfunktion:

- Angebot u. Nachfrage → Gleichgewichtspreis (Neoklass. = alle produzierten Güter werden verkauft). **Bewertung: Nicht immer**

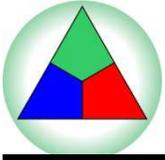
## 2) Informations- und Allokationsfunktion:

- Wirtschaftsakteure erhalten Informationen über die Knappheit von Gütern und Produktionsfaktoren.
- Steigt ein Faktor im Preis → Effizienterer Faktoreinsatz oder Substitution.\*

\* **Bewertung:** Gilt nicht für langfristige Knappheiten, z.B. Erdöl

## 3) Motivations- und Sanktionsmechanismus:

- steigende oder sinkende Preise → Gewinnänderung  
→ Motivation für Unternehmen schnell und vorausschauend zu handeln;  
falsche Entscheidungen werden sofort sanktioniert.



Rogall  
2016

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 auf unterschiedlichen Märkten - Übersicht

Rogall  
2016

Erstens: **Polypol:**

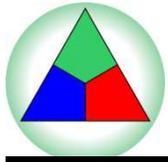
- Preisbildung bei vollkommener Konkurrenz

Zweitens: Preisfestsetzung durch die **Hersteller**

Drittens: Preisfestsetzung im **Monopol**

Viertens: Preisfestsetzung im **Oligopol**

Fünftens: Preisfestsetzung bei **gemeinnützigen Unternehmen**



# Erstens: Preisbildung bei **vollkommener Konkurrenz\***

Rogall  
2016

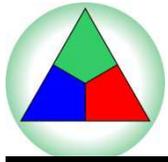
## 1) Voraussetzungen:

- Große Anzahl von Anbietern und Nachfragern (**Polypol**),
- 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 für einzelne Anbieter



# Erstens: Preisbildung bei **vollkommener Konkurrenz\***

Rogall  
2016

## 2) 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).

## 3) Wirkung von Angebots- und Nachfrageverschiebungen:

Angebot  $\gt$  Nachfrage

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



## Zweitens: Preisfestsetzung durch den Hersteller \*

Rogall  
2016

### 1) *Neoklassische Theorie:*

Unternehmen erhöhen ihr Angebot solange, bis

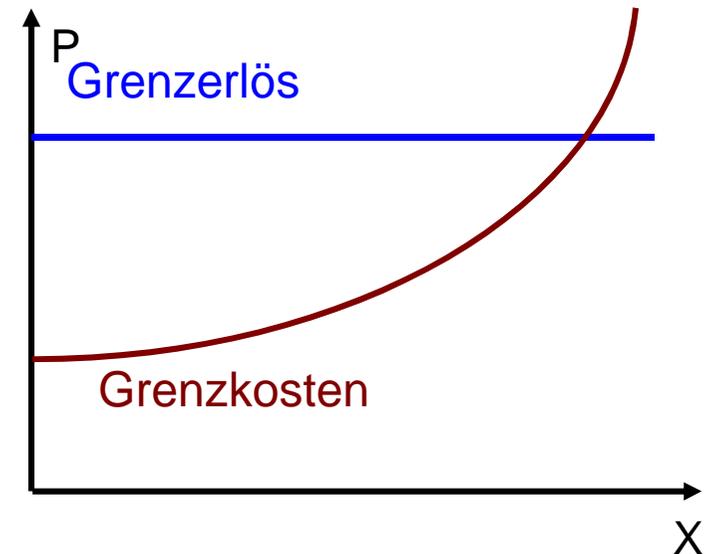
**Grenzerlös = Grenzkosten**

Bei höherer Produktion

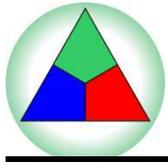
→ steigen die Kosten,

d.h. das Unternehmen würde für das nächste Gut

Verluste machen (was es natürlich nicht will).



\* Voraussetzung: Ertragsgesetz gilt



## Zweitens: Preisfestsetzung durch Hersteller\*

Rogall  
2016

### 1) Neoklassische Theorie

- Angebot  $\uparrow$  bis Grenzerlös = Grenzkosten\*

### 2) Praxisrelevante Erweiterung des Modells:

- Oft: Grenzkosten und Grenzerlöse nicht bekannt
- Realität: **Stückkosten**\*\* + Gewinnaufschlag = Angebotspreis
- Wenn Nachfrage > Angebot  $\rightarrow$  Preiserhöhung
- Wenn Angebot > Nachfrage  $\rightarrow$  Preis- und Angebotssenkung

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



## Drittens: Preisfestsetzung durch Monopole - Übersicht

Rogall  
2016

1) Größenvorteile: natürliche Monopole

2) Staatliche bzw. kommunale Monopole

3) Patente

4) Know-how

5) Alleineigentum an einem wesentlichen Input



# Drittens: Monopole: Ursachen

Rogall  
2016

## 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.
  - Daher: Durchleitungsrechte bei Netzen.

Staatliche bzw. kommunale Monopole

Patente

Know-how

Alleineigentum an einem wesentlichen Input



# Drittens: Monopole: Ursachen

Rogall  
2016

Größenvorteile: natürliche Monopole

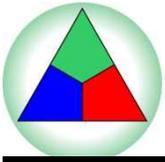
## 2) Staatliche bzw. kommunale Monopole

- 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

Patente

Know-how

Alleineigentum an einem wesentlichen Input



# Drittens: Monopole: Ursachen

Rogall  
2016

Größenvorteile: natürliche Monopole

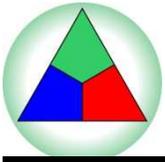
Staatliche bzw. kommunale Monopole

## 3) Patente

- wichtigste staatlich geschützten Monopole
- Alleiniges Nutzungsrecht an Erfindung (für eine gesetzlich festgelegte Zeit)

Know-how

Alleineigentum an einem wesentlichen Input



# Drittens: Monopole: Ursachen

Rogall  
2016

Größenvorteile: natürliche Monopole

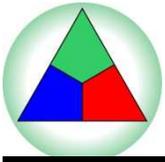
Staatliche bzw. kommunale Monopole

Patente

## 4) Know-how

- Vollständige Wissensinformation in der Realität fast nie
- Zeit bis sich neue Forschungserkenntnisse verbreiten

Alleineigentum an einem wesentlichen Input



# Drittens: Monopole: Ursachen

Rogall  
2016

Größenvorteile: natürliche Monopole

Staatliche bzw. kommunale Monopole

Patente

Know-how

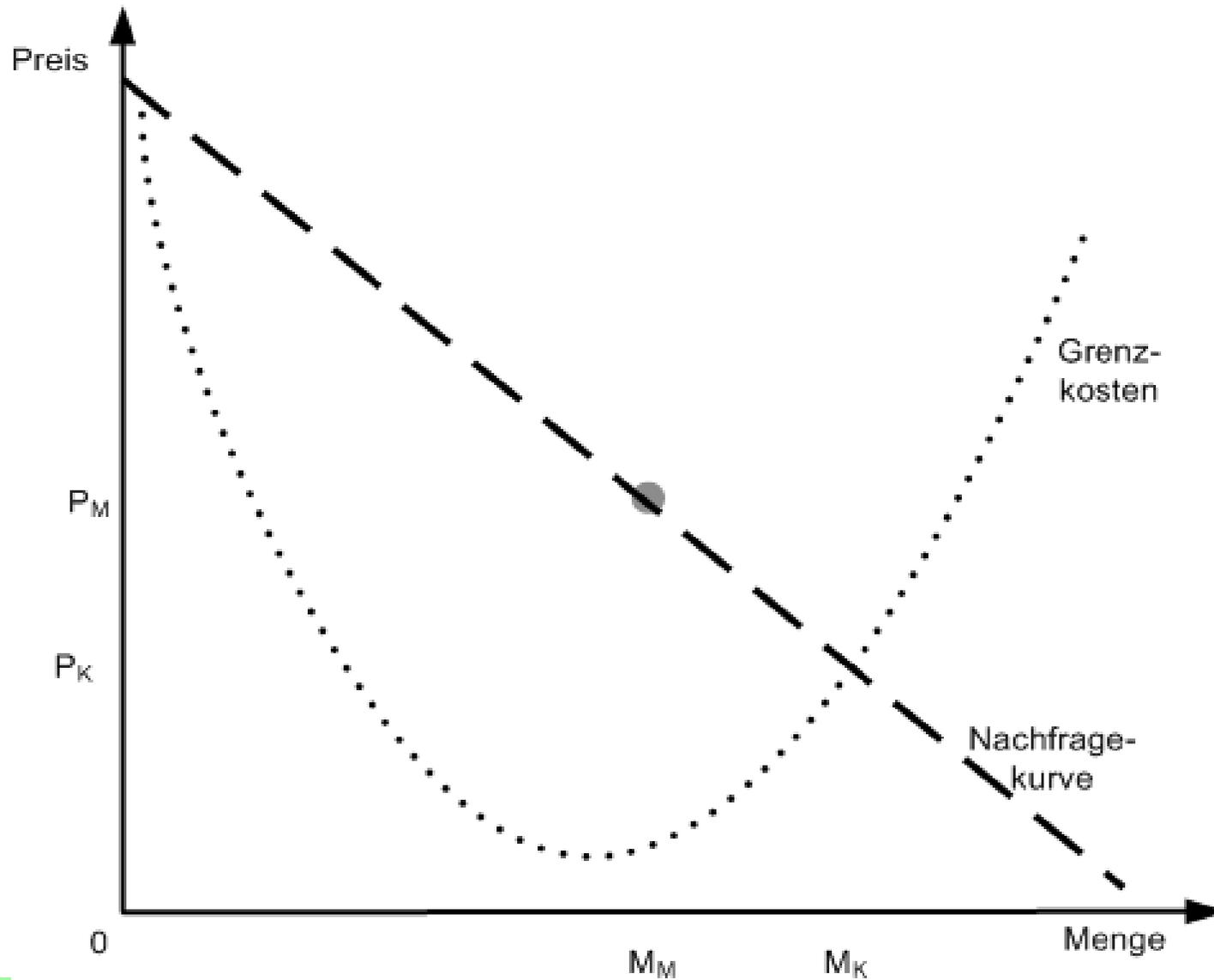
## 5) Alleineigentum an einem wesentlichen Input

- Ein Unternehmen befindet sich im Alleineigentum eines wesentlichen Rohstoffes. (OPEC: Öl)



# Verhalten eines Monopolisten

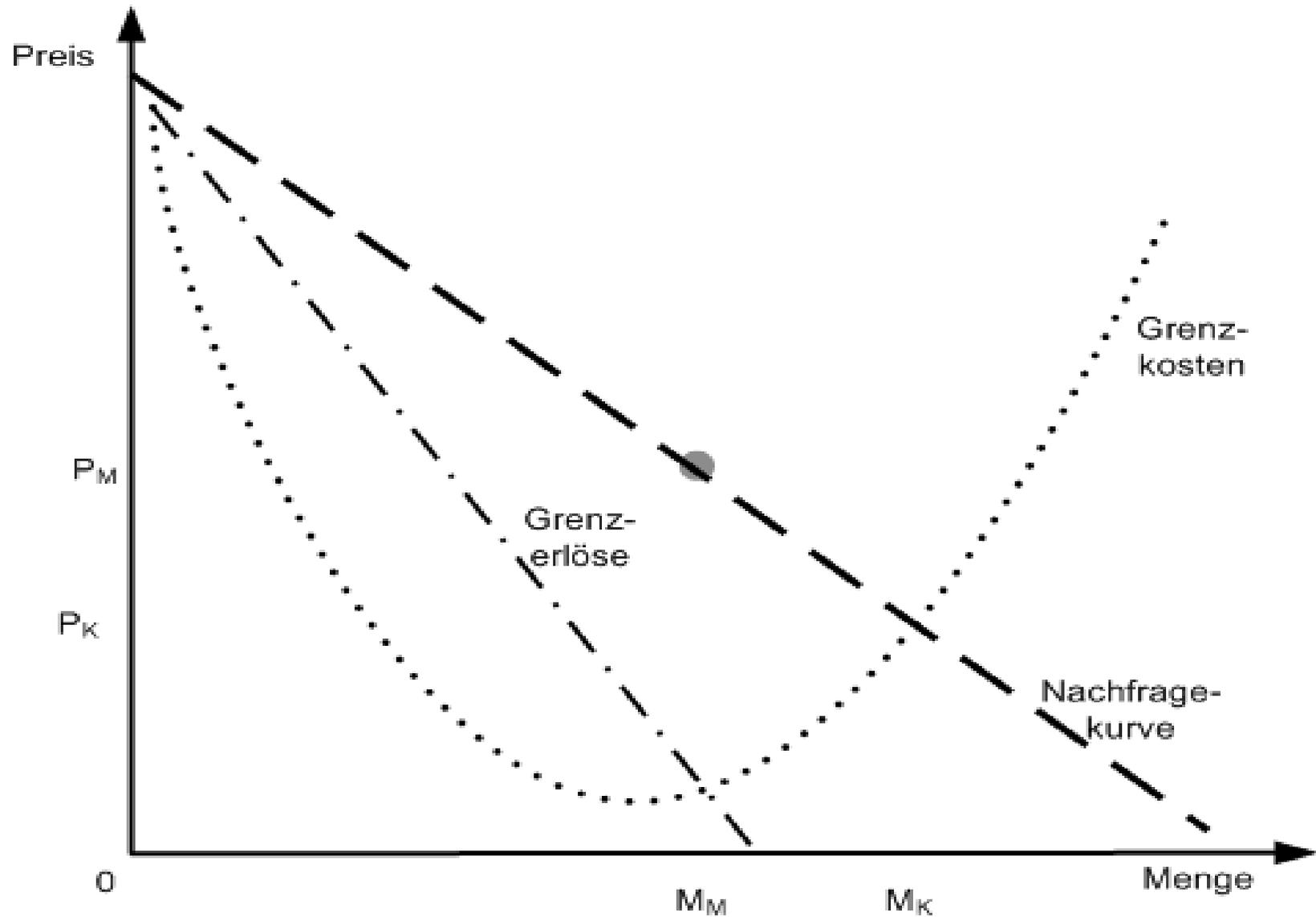
Rogall  
2016





# Verhalten eines Monopolisten

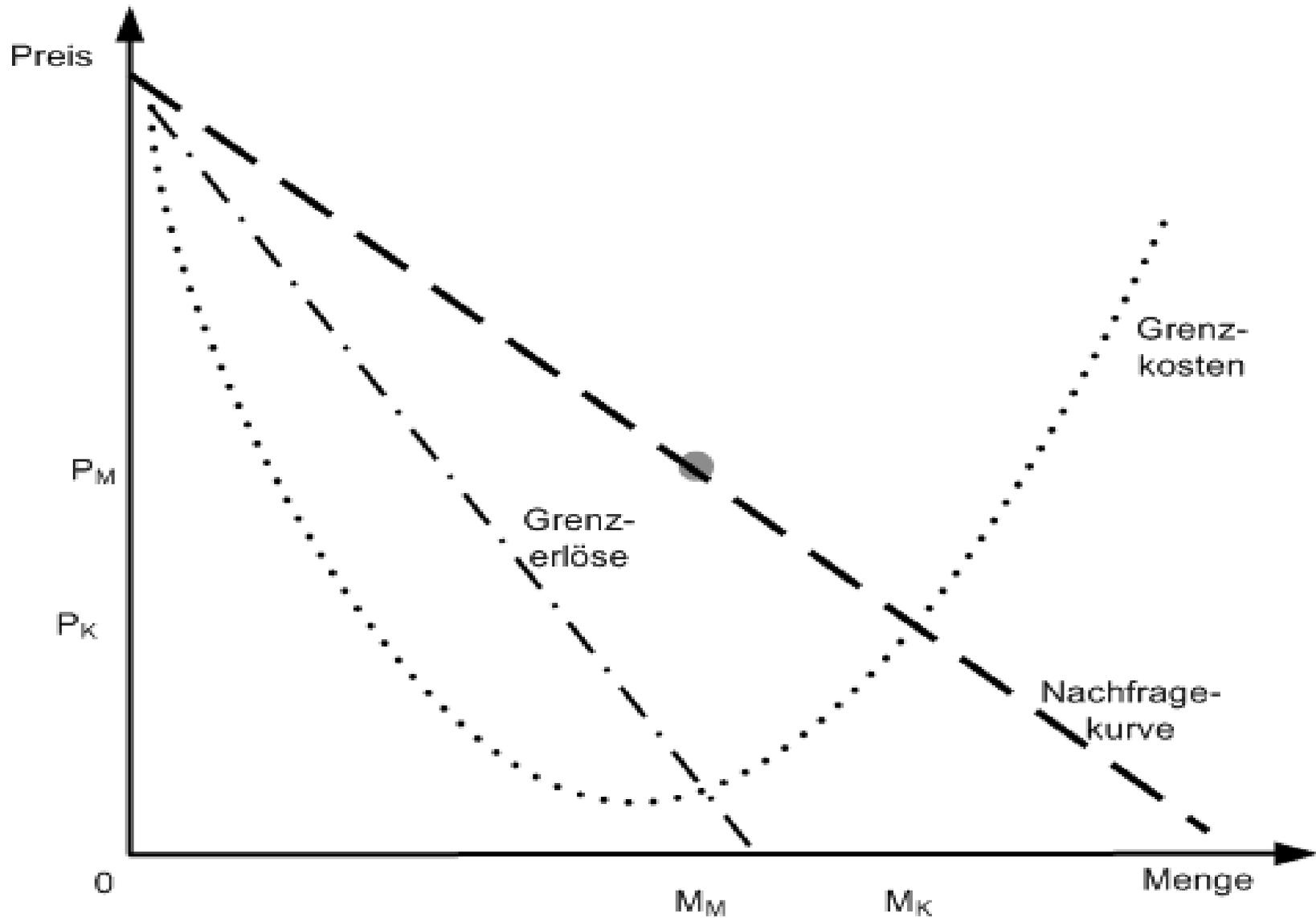
Rogall  
2016

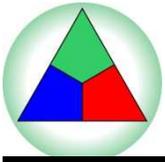




# Verhalten eines Monopolisten

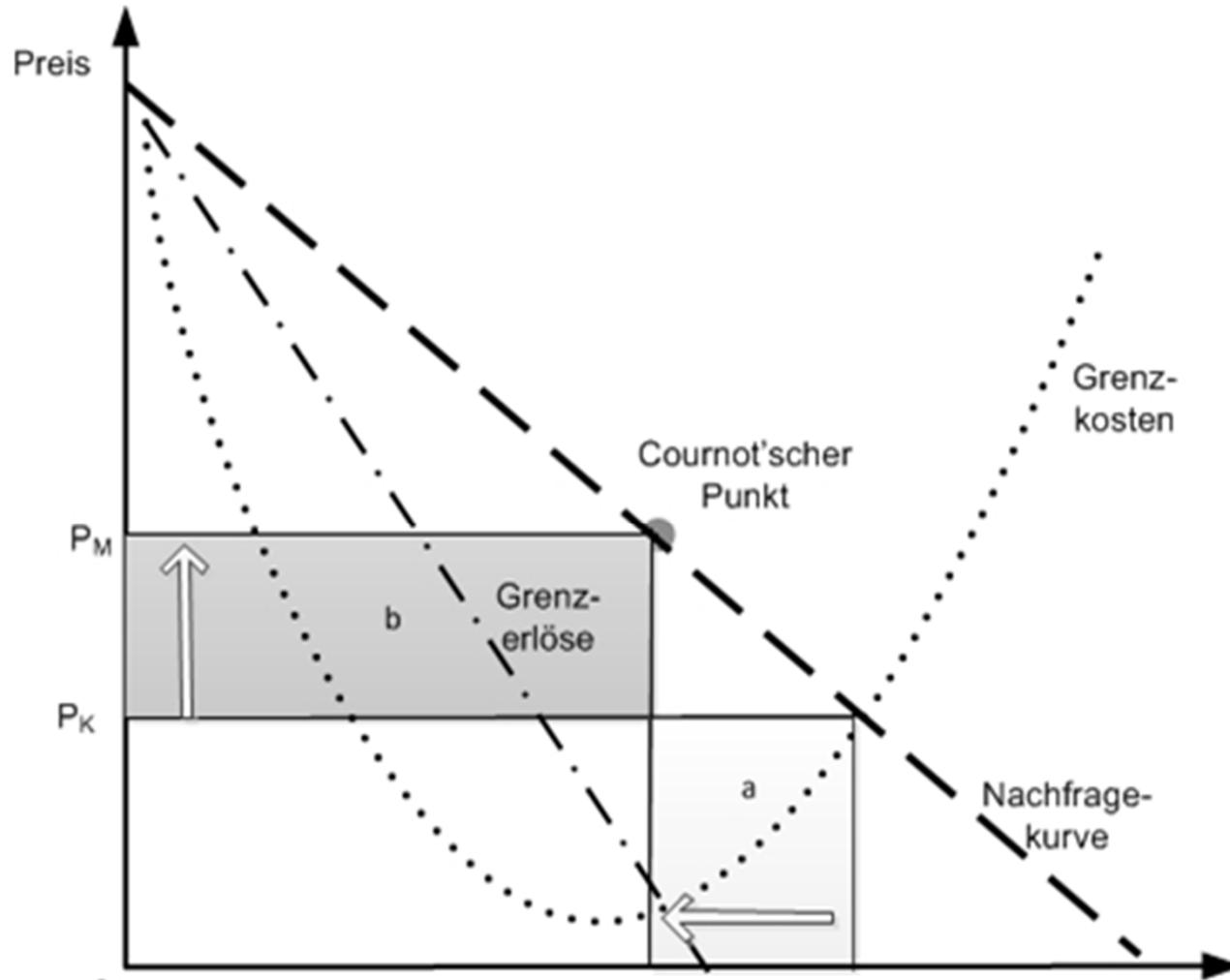
Rogall  
2016





# Verhalten eines Monopolisten

Rogall  
2016



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



## Viertens: Oligopol\* - Verhaltensweisen

Rogall  
2016

### Rücksichtnahme auf Nachfrager und Konkurrenten

- → Gewinnspanne hängt von Kostensituation und Wettbewerbssituation ab

### Strategie: Preis- und Produktwettbewerb verhindern

- Ziel ruinösen Preis- und Produktwettbewerb mit Konkurrenten zu verhindern
- Versuch den **Wettbewerb einzuschränken**

\*Auf Oligopolmärkten existieren nur wenige (ernstzunehmende) Anbieter.



# Oligopol\* - Verhaltensweisen

Rogall

2016



## Formen der Wettbewerbsbeschränkung:

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

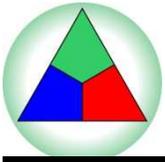
**Bewertung:** Entspricht das noch der Realität oder bestehen neue Gefahren ??



## Fünftens: Preisfestsetzung bei gemeinnützigen Unternehmen

Rogall  
2016

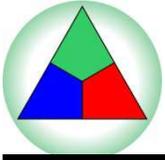
-  Z.B. Non-Profit Organisationen/ kommunale Unternehmen
-  Orientierung an Produktionspreisen nicht an Marktpreisen
-  Ziel: angemessener Gewinn
-  Neu: Pay what you like



## Renten (nach Stiglitz)

Rogall  
2016

- 📍 **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** (Differenz zw. Marktpreis u. Zahlungsbereitschaft)
  - **Grundrenten** (steigende Nachfrage nach Ackerland)
- 📍 **Sonstige:** Monopol- und Oligopolrenten:  
Trotz Produktivitätssteigerungen (Kostensenkungen) bleiben die Preise hoch.



Rogall  
2016

Prof. Dr. Holger Rogall



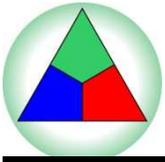
Hochschule für  
Wirtschaft und Recht Berlin  
Berlin School of Economics and Law

10.1 Funktionen des Preismechanismus

10.2 Preisbildung auf unterschiedlichen Märkten

**10.3 Staatlicher Eingriffe in die Preisbildung**

10.4 Kritik – Preisbildung in der Realität



# Hintergrund

Rogall  
2016

- Die Preisbildung über die Märkte erfolgt – aus Sicht der Mikroökonomie – immer zufrieden stellend:
- Existiert eine **Knappheit** an einem Gut, steigen die Preise, in der Folge geht die Nachfrage zurück und das Angebot steigt, bis ein Gleichgewicht erreicht ist.
- Liegt ein **Überangebot** vor, sinken die Preise, die Nachfrage steigt und das Angebot sinkt.
- In den Bereichen, in denen die **Politik die Marktpreise für inakzeptabel** hält, versucht sie über Höchst- und Mindestpreise oder über andere Eingriffe in die Preisgestaltung einzugreifen.



# 1) Staatseingriffe bei knappen Gütern

Rogall  
2016

Es existieren Güter die sehr wichtig sind, sich aber ein sehr hoher Marktpreis bildet (sehr hohe Kapitalintensität oder Flächenknappheit), z.B. Mietwohnungen. Wenn die Politik die Lebenssituation der Bewohner verbessern will, hat sie folgende **Optionen**:

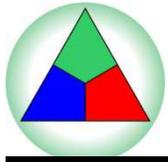
## a) Festsetzung von Höchstpreisen:

- Güter müssen unter Marktpreis (Gleichgewichtspreis) verkauft werden
- Nachfrage steigt (Nachfrageüberhang)
- Schattenpreise (durch Sonderzahlungen werden die Marktpreise durchgesetzt, z.B. Abstandszahlungen).

Zudem fehlt den Anbietern der Anreiz, diese Güter neu zu erstellen

b) Transferzahlungen

c) Verminderung der Knappheit durch Förderung.



# Staatseingriffe bei knappen Gütern

Rogall  
2016

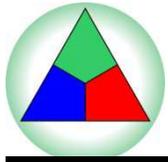
- a) Festsetzung von Höchstpreisen
- b) Transferzahlungen für Geringverdiener:** Der Staat kann ein sozial gestaffeltes Wohngeld einführen, um so die Auswirkungen hoher Mieten zu drosseln. In dieser Situation entstehen kaum Schattenpreise
  - Mieten steigen weil die Anbieter das Wohngeld miteinbeziehen
  - Verschlechterung für Mittelschicht, höhere Mieten kein Wohngeld
- c) Verminderung der Knappheit durch Förderung:** Der Staat kann den Wohnungsbau mit öffentl. Mitteln subventionieren (für sozial Schwache)
  - Mieten steigen weil die Anbieter die Förderung miteinbeziehen
- d) Eigenes Angebot zu Höchstpreisen.



# Staatseingriffe bei knappen Gütern

Rogall  
2016

- a) Festsetzung von Höchstpreisen
- b) Transferzahlungen für Geringverdiener
- c) Verminderung der Knappheit durch Förderung
- d) **Eigenes Angebot zu Höchstpreisen:** Der Staat kann auch eigene Wohnungsbaugesellschaften gründen, die Wohnungen bauen und sozial verträglich vermieten
  - ➔ In Berlin, Wien u.a. mitteleurop. Großstädten erhebliche Erfolge. U.a. haben sich die Sozialbauwohn. der Wohnungsbaugesell. preisbremsend auf den gesamten Wohnungsbestand ausgewirkt. Allerdings wird ein sehr hoher Mitteleinsatz benötigt. Werden die Sozial-Kriterien zu eng ausgelegt, besteht die große Gefahr von sozial problematischen Trabantenstädten.



## 2) Staatseingriffe bei Angebotsüberhang

Rogall  
2016

Es existieren Güter, die - weil sehr viele Anbieter existieren - zu sehr niedrigen Preisen angeboten werden. → Anbieter erzielen kein angemessenes Einkommen. Z.B. Bauern oder geringqualifizierte Arbeitnehmer:  
Optionen zur Verbesserung:

- a) **Mindestpreise durch Marktintervention:** Staat kann Mindestpreise durchsetzen durch Aufkauf der Überschüsse (Lagern o. Exportsubventionen).  
→ Angebotsüberhang (Schlagwort: Butterberge und Milchseen).  
**Bewertung:** Internationale Handelsabkommen u. Mittelknappheit sorgen für Beendigung → Alternative Einkommensstransfers, z.B. für die Pflege seines Landes (Naturwart) oder die ökologische Landwirtschaft fördern
- b) **Mindestpreise durch gesetzliche Festsetzung:** Mindestlöhne, die in der Mehrzahl der Länder (seit 2015 auch in Deutschland) existieren.

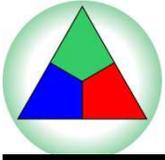


### 3) Staatseingriffe bei meritorischen Gütern

Rogall  
2016

Meritorische Güter werden oft zu teuer angeboten, auch weil die demeritorischen Substitute ihre sozial-ökologischen Kosten externalisieren können (z.B. Kohlestrom). Option: Bonus-Malus-System:

- a) **Bonus für die Produzenten** (die den Produktionspreis sichern):  
Nach dem EEG erhalten die Erzeuger eine staatlich festgelegte Mindestvergütung für den Strom, den sie in das öffentliche Netz einspeisen. Die Netzbetreiber müssen diesen Strom als erstes aufnehmen und vertreiben. **Bewertung:** Sehr erfolgreich.
- b) **Bonus für Konsumenten:** Die Politik kann auch den Konsumenten den Malus, den die Konsumenten demeritorischer Güter zahlen müssen, in Form eines Bonus ausschütten z.B. Elektromobile.



Rogall  
2016

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

2016

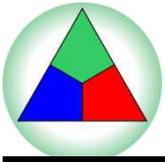
- Wie entstehen Preise?
- Wir folgen Adam Smith: Preise schwanken um den **Produktionspreis** nach Angebot und Nachfrage. Die bei der Produktion entstehenden externen Kosten werden hierbei nicht berücksichtigt.
- Da die Unternehmen in der Realität meist nicht wissen, zu welchem Preis sie ihr Produkt tatsächlich verkaufen können, werden sie i.d.R. solange die Produktion ausweiten, wie sie erwarten, dass die Produktionspreise beim Verkauf erzielt werden können.



# Preisbildung in der Realität

Rogall  
2016

- Auch die *Nachfrage der Konsumenten* hängt nicht nur von den Preisen der Produkte ab, sondern von einer Vielzahl von Faktoren (Einflüssen)
- 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  
2016

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  
2016

-  Baßeler, U.; et al. (2010): Grundlagen und Probleme der Volkswirtschaft, 19. Auflage, Stuttgart.
-  Rogall, H. (2013): Volkswirtschaftslehre für Sozialwissenschaftler.
-  Rogall, H. (2015): Grundlagen einer nachhaltigen Wirtschaftslehre, 2. Auflage, Marburg.

