

„Mit scharfem Blick, nach Kennerweise,
Seh ich zunächst mal nach dem Preise.
Und, bei genauerer Betrachtung,
Steigt mit dem Preise auch die Achtung.“

(Wilhelm Busch)

Menschliches Verhalten:**Preis als Knappheitsindikator: teuer = gut, weil knapp = begrenzt****Die Funktionen des Preises****Ausgleichsfunktion:**

= in Zahl bemessener „Ausgleich“ zu A u. N.


= „Ergebnis“ von A u. N



Polypol:
GG-Preis im Polypol,
kein anderer besserer
Preis möglich.

Signalfunktion:

= Knappheitsindikator

(-anzeiger) 

Bsp:

P (1Kg Gold) > P (1 Kg Silber)

Lenkungsfunktion:Produktion wird auf die Märkte gelenkt, wo größte N = $p \uparrow$ herrscht

- ➔ Preis löst das Problem, was produziert werden soll
- ➔ Produktionsfaktoren werden effektivster Verwendung zugewiesen
- ➔ Knappe Ressourcen fließen in rentable (nutzenbringende) Bereiche der VW
- ➔ Allokationsfunktion

Erziehungsfunktion:

Preise beeinflussen das Verhalten der Marktteilnehmer

A: Kostendisziplin
N: Budgetmaximierung
(-> richtiger Kauf)

Bsp.:

 $P \uparrow \text{Alcopops} = N \downarrow$

- ➔ Ist es besser, weil es teurer ist?
(z. B. Porsche vs. Kombi)



- **Voraussetzung:** freier Wettbewerb!
- Auf monopolistischen Märkten sind die Preisfunktionen teilweise oder ganz aufgehoben

• Funktionen der Preise

Preise stehen im Zentrum der marktwirtschaftlichen Selbststeuerung. Sie erfüllen äußerst wichtige Funktionen:

– Informations- und Signalfunktion

Preise informieren die einzelnen Marktteilnehmer darüber, wie sich auf einem Markt Gesamtangebot und Gesamtnachfrage zueinander verhalten. Sie drücken die Knappheit eines Gutes aus. Ist der Preis eines Gutes hoch, so ist das Gut knapp. Ist der Preis eines Gutes niedrig, so ist es in ausreichender Zahl vorhanden. Preisänderungen geben wichtige Signale (Anreize) für das künftige Verhalten der Anbieter und Nachfrager.

– Koordinationsfunktion *(Ausgleichsfkt.)*

Der Preismechanismus sorgt für den kurzfristigen Marktausgleich zwischen Angebot und Nachfrage. Die Preise bewirken so die bestmögliche Koordination der Pläne der Marktteilnehmer.

– Selektionsfunktion *(Leistungsfkt.)*

Die Marktpreise zwingen die einzelnen Unternehmen ständig zur Kostensenkung und Innovation. Nur so kann eine einmal erreichte Marktposition gehalten und/oder verbessert werden. Unternehmen, die hierbei nicht Schritt halten, und zum Marktpreis ihre Kosten nicht decken können, müssen den Markt verlassen, wenn ihnen die Anpassung nicht gelingt.

Die Marktpreise selektieren auch die Nachfrager. Sie trennen diejenigen, die über die erforderliche Kaufkraft verfügen, von den nicht kaufkräftigen Nachfragern.

– Lenkungsfunktion (= Allokationsfunktion)

Die Preise sorgen dafür, dass die knappen Güter und Produktionsfaktoren in jene Verwendungsbereiche fließen, in denen sie den größten Nutzen und Ertrag liefern und am rentabelsten eingesetzt werden können. Produktionsfaktoren werden daher nicht darauf vergeudet, Produkte herzustellen, die nicht gefragt sind.

– Verteilungsfunktion

Durch die Entlohnung der Produktionsfaktoren bestimmen sich die Preise auch über die Einkommensverteilung: Der Preis der Produktionsfaktoren entspricht dem jeweiligen Beitrag zur Produktion (leistungsgerechte Verteilung).

Die Preise können diese Steuerungsfunktionen aber nur dann gut erfüllen, wenn sie sich im Wettstreit der Marktteilnehmer bilden, d. h., wenn die Marktpreise nicht durch die Macht einzelner Anbieter bzw. Nachfrager gesetzt werden können, sondern sich im anonymen Zusammenspiel von Angebot und Nachfrage ergeben. Wettbewerb ist deshalb die Voraussetzung für eine funktionsfähige Preisbildung auf den Märkten. Er erfüllt ebenfalls zentrale Funktionen in einer Marktwirtschaft.