

3.3 Die Preisbildung

3.3.1 Der Begriff „Preis“

Es gibt kaum etwas in der Welt, das nicht irgend jemand ein wenig schlechter machen kann und etwas billiger verkaufen könnte. Und die Menschen, die sich nur am Preis orientieren, werden die gerechte Beute solcher Machenschaften.

Es ist unklug, zuviel zu bezahlen, aber es ist noch schlechter, zu wenig zu bezahlen. Wenn Sie zuviel bezahlen, verlieren Sie etwas Geld, das ist alles. Wenn Sie dagegen zu wenig bezahlen, verlieren Sie manchmal alles, da der gekaufte Gegenstand die ihm zugedachte Aufgabe nicht erfüllen kann.

Das Gesetz der Wirtschaft verbietet es, für wenig Geld viel Wert zu erhalten.

Nehmen Sie das niedrigste Angebot an, müssen Sie für das Risiko, das Sie eingehen, etwas Geld zurücklegen. Und wenn Sie das tun, dann haben Sie auch genug Geld, um für etwas Besseres zu bezahlen.

John RUSKIN (1819 – 1900)
englischer Schriftsteller und Sozialphilosoph

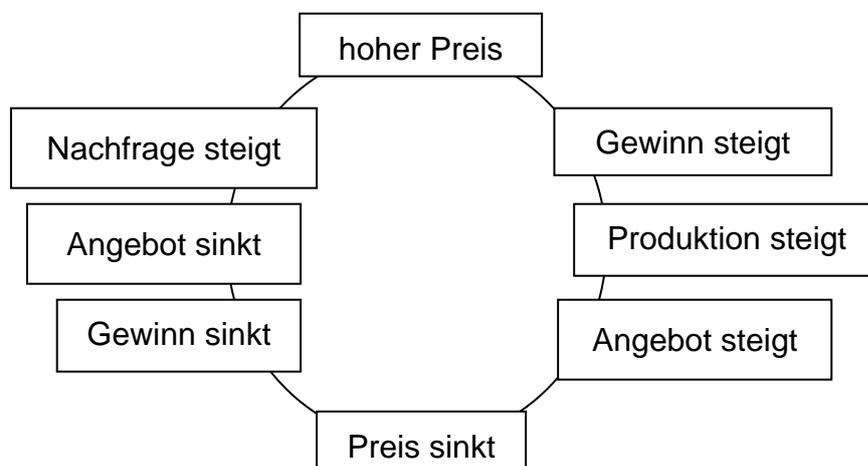
Der **Markt** ist der Ort des Zusammentreffens von Angebot und Nachfrage. Dabei vollzieht sich ein Ausgleich zwischen den konträren Interessen der Anbieter (einen möglichst hohen Preis zu erzielen) und der Nachfrager (das Gewünschte möglichst preisgünstig einzukaufen). Durch seine vermittelnde Funktion ermöglicht der Markt den Austausch der produzierten Güter und Dienstleistungen.

Der Tauschwert, den ein Gut oder eine Dienstleistung im Vergleich zu anderen Gütern oder Dienstleistungen hat, drückt sich im **Preis** aus.

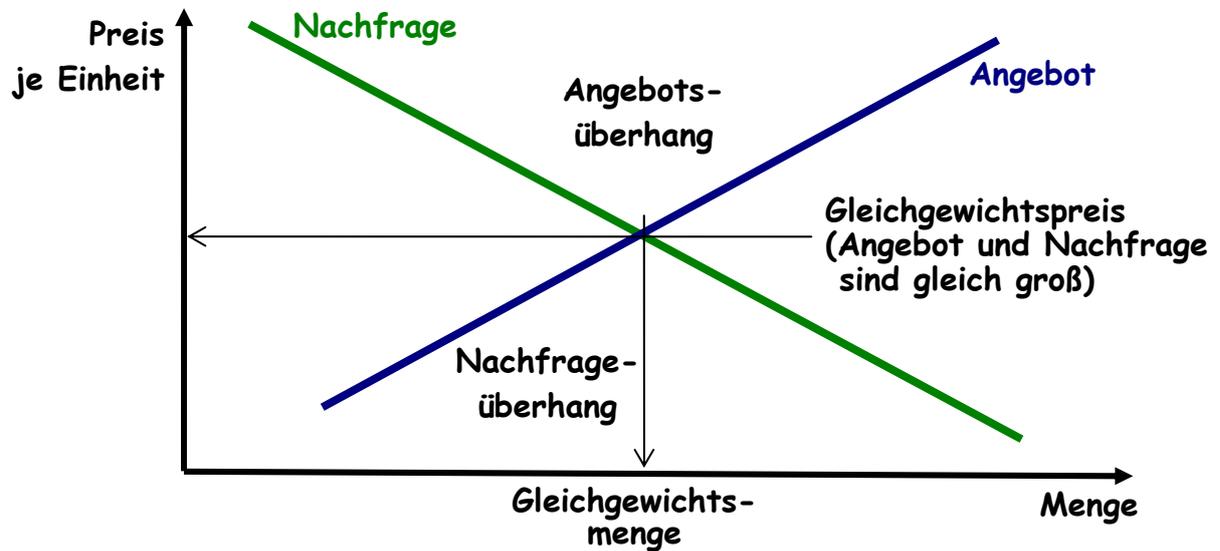
Langfristig gesehen werden Anbieter die Preise so festsetzen (kalkulieren), dass mit dem Preis die Herstellungskosten gedeckt sowie ein Gewinn erzielt wird.

Auf dem freien Markt lässt sich aber ein derart kalkuliertes Gut nicht immer absetzen, da günstigere Konkurrenzangebote vorliegen oder es den Nachfragern an Kaufkraft fehlt. Deshalb muss der Anbieter den Preis senken oder die Produktion des Gutes einstellen.

Umgekehrt kann es Preiserhöhungen geben, wenn die Nachfrage das Angebot übersteigt.



3.3.2 Die Preisbildung bei vollständiger Konkurrenz



Der Preis, bei dem Angebot und Nachfrage zum Ausgleich kommen, der größtmögliche Umsatz erzielt und der Markt geräumt wird, heißt **Gleichgewichtspreis**.

Witz:

„Also, äh, ... ich würde das Kleid mit einer kleinen Änderung kaufen ...“ –
„Was darf ich Ihnen ändern, gnädige Frau?“ – „Den Preis!“