

Thema	Mikroökonomie: Vollkommener Wettbewerb
Dokumentart	Lösung Begriffsdefinitionen

Begriffsdefinitionen

Definieren Sie die folgenden Begriffe mit Ihren eigenen Worten:

1. Vollkommener Wettbewerb

Ein Ausdruck, mit dem man Märkte bezeichnet, auf denen kein Unternehmen und kein Konsument stark genug ist, um den Marktpreis zu beeinflussen. Eine derartige Situation liegt vor, wenn sich eine grosse Anzahl von Käufern und Verkäufern gegenüberstehen, die von den Verkäufern angebotenen Produkte homogen (oder nicht unterscheidbar) sind, ein freier Zutritt zum Markt möglich ist und die Marktteilnehmer vollständig informiert sind (Markttransparenz).

2. Marktgleichgewicht

Der Ausgleich von Angebot und Nachfrage auf einem Markt oder in einer Volkswirtschaft, auf dem bzw. in der vollkommener Wettbewerb herrscht. Da bei vollkommenem Wettbewerb die einzelnen Verkäufer und Käufer nicht die Macht haben, den Markt zu beeinflussen, wird sich der Preis auf dem Niveau einpendeln, auf dem er sowohl den Grenzkosten als auch dem Grenznutzen entspricht.

3. Konsumentenrente

Differenz zwischen dem Betrag, den ein Konsument für ein Gut zu bezahlen bereit ist, und dem tatsächlich entrichteten Preis. Im Preis-Mengen-Diagramm kann die Konsumentenrente als der Bereich unterhalb der Nachfragekurve, aber oberhalb der Preislinie gemessen werden.

4. Produzentenrente

Die Produzentenrente ist die Differenz zwischen dem Preis, zu dem ein Produzent sein Gut anbieten würde, und dem Marktpreis. Im Preis-Mengen-Diagramm kann die Produzentenrente als der Bereich oberhalb der Angebotskurve, aber unterhalb der Preislinie gemessen werden.

5. Preisdifferenzierung

Unter Preisdifferenzierung versteht man in der Betriebswirtschaftslehre eine Preispolitik von Anbietern, mit Instrumenten der Preisgestaltung die maximale Zahlungsbereitschaft der Nachfrager aususchöpfen.

Die Strategie der Preisdifferenzierung kann die Marktmechanismen mit ihren einheitlichen Preisen ausser Kraft setzen und im Allgemeinen zu Wohlfahrtsverlusten führen, weshalb sie in der Volkswirtschaftslehre als Preisdiskriminierung bezeichnet wird.

Die Ziele der Preisdifferenzierung bestehen in der Bildung von Teilmärkten mit spezifischen Nachfrageverhalten, Reduktion der Markttransparenz in Märkten mit hoher Standardisierung sowie Möglichkeit der besseren Auslastung freier Kapazitäten.

Eine Preisdifferenzierung liegt vor, wenn ein Unternehmen für gleiche oder gleichartige Produkte unterschiedliche Preise verlangt, die sich nicht oder nicht gänzlich durch Kostenunterschiede begründen lassen. Aus diesem Grund hängen die Strategien der Preis- und Produktdifferenzierung eng zusammen. Man spricht dann noch so lange von echter Preisdifferenzierung, wie die Preisunterschiede der verschiedenen Qualitätsstufen größer sind als die entsprechenden Kostenunterschiede.

6. Effizienter Markt

Ein Markt ist dann effizient, wenn die Marktteilnehmer neue Informationen schnell erhalten, verstehen und bei der Bildung des Marktpreises berücksichtigen. Die Theorie der Kapitalmarkteffizienz besagt, dass alle verfügbaren Informationen bereits im Aktienpreis oder sonstigen Vermögenswerten berücksichtigt sind.