

## VON PREISEN UND TAUSCHGEWINNEN AUF MÄRKTEN

Würden Sie einen MP3-Player für 1000 Franken kaufen? Oder für 300 Franken? Für einen Franken sicherlich. Was immer Sie zu kaufen beabsichtigen, es gibt einen maximalen Preis, den Sie zu bezahlen bereit sind. Diesen Preis bezeichnen Ökonomen auch als Reservationspreis. Er drückt in Geldeinheiten aus, wie viel Ihnen das Produkt wert ist. Dasselbe gilt für eine Person, die etwas verkaufen will: Es gibt einen minimalen Preis, den sie für ihr Produkt erhalten will. Falls die Person diesen Reservationspreis nicht erzielen kann, behält sie die Ware lieber für sich.<sup>1</sup>

Wenn sich eine Käuferin und ein Verkäufer auf einen Handel einigen können, entsteht in der Regel für beide Seiten ein Gewinn. Betrachten wir hierzu ein Beispiel: Sie haben ein altes Mofa, das Sie verkaufen möchten. Ihnen ist das Ding nur noch 300 Franken wert, da Sie sowieso bald auf ein Auto umsteigen werden. Für eine jüngere Kollegin, die noch kein Mofa besitzt, ist Ihr Fahrzeug 500 Franken wert. Wenn Sie sich nun auf einen Verkauf zu 420 Franken einigen, haben beide Seiten einen Gewinn erzielt. Sie haben einen Gewinn von 120 Franken gemacht, weil Sie 420 Franken erhalten haben, obwohl das Mofa Ihnen nur noch 300 Franken wert war. Die Käuferin hat einen Gewinn von 80 Franken gemacht, weil sie ein Mofa, das ihr 500 Franken wert ist, für 420 Franken erstanden hat. Die Summe dieser Gewinne,  $120 + 80 = 200$ , wird in der Ökonomie Tauschgewinn genannt und entspricht der Differenz der beiden Reservationspreise, also  $500 - 300 = 200$ .

Auf einem Markt treffen nun viele Personen aufeinander, die eine bestimmte Ware kaufen oder verkaufen wollen. Wie viele tatsächlich kaufen oder verkaufen werden, hängt jedoch vom verlangten beziehungsweise vom gebotenen Preis ab. Zu einem Preis von einem Franken

würden wahrscheinlich nicht nur Sie, sondern die meisten Leute einen MP3-Player – oder mehrere – kaufen wollen. Hingegen wäre für einen Franken kaum jemand zum Verkauf bereit. Je mehr nun der Preis erhöht wird, desto weniger Leute sind bereit, einen MP3-Player zu kaufen. Dafür sind immer mehr Leute bereit, zu verkaufen. Somit wird irgendwann ein Preis erreicht, bei dem die Kaufwilligen bereit sind, genau so viel zu kaufen, wie die Verkaufswilligen bereit sind, zu verkaufen. Dies ist der sogenannte Gleichgewichtspreis.

Solange der Preis tiefer ist, wollen mehr Leute kaufen als verkaufen, und dies treibt den Preis nach oben. Sobald der Preis über dem Gleichgewichtspreis liegt, wollen mehr Leute verkaufen als kaufen, und dies drückt den Preis nach unten. Auf einem Markt pendelt sich somit im Verlauf der Zeit der Preis beim Gleichgewichtspreis ein.

Besonders zuverlässig und rasch spielen diese Marktkräfte in gut organisierten und transparenten Märkten. Denn in solchen Märkten ist der aktuelle Marktpreis stets allen Teilnehmenden bekannt und sie können somit rasch darauf reagieren. Rohöl wird z.B. an gut organisierten Börsen von professionellen Händlern auf einer elektronischen Plattform gehandelt, die sehr kostengünstige und schnelle Tauschvorgänge ermöglicht. Auch andere Güter wie Weizen, Gold, Aktien, Obligationen und Währungen werden an Börsen gehandelt.

Die meisten Güter, mit denen wir in unserem Alltag in Berührung kommen, werden allerdings mit weit weniger Aufwand gehandelt. Unsere Kleider und Schuhe kaufen wir z.B. nicht an der Börse ein. Aber der Preisfindungsmechanismus, der an der Börse (oder im

<sup>1</sup> Im Pitgame von iconomix wird der Reservationspreis der Kaufenden als maximaler Kaufpreis und der Reservationspreis der Verkaufenden als minimaler Verkaufspreis bezeichnet.



Pitgame) so schnell funktioniert, kommt auch bei den meisten Alltagsgütern zum Tragen, nur etwas langsamer und weniger perfekt.

Aus gesamtwirtschaftlicher Sicht interessiert nun die Frage, bei welchem Preis der grösstmögliche Gewinn für die Marktteilnehmenden insgesamt erzielt werden kann. Dies ist genau beim Gleichgewichtspreis der Fall. Denn nur bei diesem Preis kommen genau diejenigen Käufer und Verkäuferinnen zum Zug, die einen Gewinn machen können. Die Käufer, deren Reservationspreise kleiner sind als der Gleichgewichtspreis, kaufen nicht, weil das Gut für sie nicht so viel Wert hat. Die Verkäuferinnen, deren Reservationspreise den Gleichgewichts-

preis übersteigen, bleiben auf ihren Gütern sitzen. Für sie ist die Ware mehr wert als der Preis, den sie am Markt dafür erhalten könnten. Somit wird im Marktgleichgewicht der grösstmögliche Tauschgewinn für alle Marktteilnehmenden insgesamt erzielt.

Eine solche Situation nennen Ökonomen effizient. Man spricht auch von Markteffizienz oder von effizienten Märkten. Beim Gleichgewichtspreis kommen in der Regel nicht alle interessierten Käufer und Verkäuferinnen zum Zug. Effizienz bedeutet also nicht, dass möglichst viel gehandelt wird. Stattdessen sollen genau die «richtigen» Personen einen Tausch durchführen.

### ZUSAMMENFASSUNG

Der sogenannte *Gleichgewichtspreis* ist der Preis, bei dem die Verkäuferinnen und Verkäufer in einem Markt insgesamt genau gleich viel Ware anbieten, wie die Käuferinnen und Käufer insgesamt bereit sind, zu diesem Preis zu erwerben. Bei diesem Preis herrscht eine Übereinstimmung (ein Gleichgewicht) zwischen der angebotenen und der nachgefragten Warenmenge.

In gut organisierten und transparenten Märkten (z.B. einer organisierten Rohstoffbörse) pendelt sich «wie von selbst», das heisst aufgrund der spielenden Marktkräfte, rasch der *Gleichgewichtspreis* ein.

Auch in weniger gut organisierten und weniger transparenten Märkten tendiert der Preis zu seinem gleichgewichtigen Wert, nur dauert es dort länger.

In der Regel entsteht bei jedem Handel in einem Markt ein *Tauschgewinn*.

Sofern in einem Markt Wettbewerb und Transparenz herrschen, ergibt sich im Gleichgewicht für die Marktteilnehmenden insgesamt das bestmögliche Ergebnis. Denn der resultierende *Gleichgewichtspreis* führt von allen Preisen zur grösstmöglichen Summe der *Tauschgewinne* aller Marktteilnehmenden. Ökonomen bezeichnen diese Eigenschaft als *Effizienz* oder *Markteffizienz*. Es geht bei der Frage der Effizienz also nicht darum, dass möglichst jede einzelne Person profitiert, sondern einzig darum, dass die Summe aller *Tauschgewinne* möglichst gross wird.

