



Arbeitsblatt

Wozu brauchen wir Wettbewerb?

„Wohlstand für alle‘ und ‚Wohlstand durch Wettbewerb‘ gehören untrennbar zusammen; das erste Postulat kennzeichnet das Ziel, das zweite den Weg, der zu diesem Ziel führt.“

Ludwig Erhard (1897-1977)

In unserem Wirtschaftssystem wird nicht von einer zentralen Instanz – z. B. dem Staat – geplant, welche Waren produziert werden und zu welchen Preisen diese verkauft werden. Diese Funktion übernimmt bei uns der Wettbewerb.

Koordinationsfunktion des Wettbewerbs

Wettbewerb bedeutet, dass verschiedene Unternehmen in Konkurrenz um die Nachfrage stehen. Jedes Unternehmen muss damit rechnen, dass seine eigenen Kunden zu einem Wettbewerber wechseln, wenn dieser vergleichbare Leistungen preiswerter anbietet oder einfach bessere Produkte bereitstellt. Der Druck, der durch diesen Wettbewerb entsteht, führt dazu, dass Anbieter bestrebt sind

- ihre Preise zu senken
- bessere Qualität anzubieten
- ihre Produkte und Dienstleistungen stetig weiterzuentwickeln.

Von einem wettbewerblich organisierten Markt profitieren damit insbesondere die Verbraucher, weil sie sich diejenigen Güter und Leistungen auswählen können, die am ehesten ihren Vorstellungen (z. B. gute Qualität, angemessenes Preis-Leistungs-Verhältnis,

Soziale Marktwirtschaft: Die zentrale Idee der Sozialen Marktwirtschaft ist es, den Mechanismus eines freien Marktes zu erhalten und gleichzeitig für sozialen Ausgleich zu sorgen. Die deutsche Wirtschaftspolitik orientiert sich seit Mitte des 20. Jahrhunderts am Konzept der Sozialen Marktwirtschaft.

gute Serviceleistungen) entsprechen. Damit übernimmt der Wettbewerb eine **zentrale Koordinationsfunktion in der sozialen Marktwirtschaft**.

Preisbildung im Wettbewerb

Im Wettbewerb treffen Angebot und Nachfrage auf dem Markt zusammen. Durch Verhandlungen zwischen Anbietern und ihren Kunden bilden sich Marktpreise heraus. Diese Preise haben eine wichtige Steuerungsfunktion für den Austausch von Waren und Dienstleistungen:

- Preise zeigen den Anbietern, in welchen Bereichen sie ihre Produktionsfaktoren, z. B. Maschinen, am besten einsetzen können.
- Anhand geltender Preise können die Kunden entscheiden, wie sie einen bestimmten Bedarf am günstigsten decken können.

Der freie Wettbewerb bildet damit einen Grundpfeiler der sozialen Marktwirtschaft.



© KevinJarratt-Fotolia.com

Adam Smith (1723-1790), Begründer der klassischen Volkswirtschaftslehre, prägte den Begriff der „Unsichtbaren Hand“: Jedes Unternehmen, das danach strebt, seinen Gewinn zu maximieren, muss sich dafür auf die Wünsche und Präferenzen der Marktgegenseite einstellen.

Unternehmen, die ihren Kunden im Vergleich zu anderen Unternehmen gute Leistungen zu angemessenen Preisen bieten, können in einem wettbewerblich organisierten Markt höhere Umsätze und höhere Gewinne erzielen. Schlechte Leistungen oder überhöhte Preise hingegen werden im Wettbewerb mit Verlusten oder sogar dem Ausscheiden aus dem Markt „bestraft“.