

Thema: Adverse Selektion

Die Anbieter auf dem Gebrauchtwagenmarkt haben vollkommene Information über die von ihnen angebotene Qualität, die Käufer können die Qualität hingegen nicht unterscheiden. Es gebe drei Qualitäten $Q \{2, 4, 9\}$, die jeweils gleich häufig sind. Ein Anbieter ist bereit sein Fahrzeug zu verkaufen, wenn dessen Qualität niedriger als der Marktpreis ist. Begründen Sie, weshalb sich in diesem Modell, also wenn die Anbieter die Qualität kennen, die Nachfrager hingegen nicht nur ein Preis einstellen kann.

Die Nachfrager kennen die tatsächliche Qualität des Angebots nicht, sondern nur, dass die drei Qualitäten gleichverteilt sind. Deshalb ist ihre Entscheidung von einem Erwartungswert über die Qualitäten abhängig.

Die Anbieter auf dem Gebrauchtwagenmarkt haben vollkommene Information über die von ihnen angebotene Qualität, die Käufer können die Qualität hingegen nicht unterscheiden. Es gebe drei Qualitäten $Q \{2, 4, 9\}$, die jeweils gleich häufig sind. Ein Anbieter ist bereit sein Fahrzeug zu verkaufen, wenn dessen Qualität niedriger als der Marktpreis ist. Bestimmen Sie die erwartete Qualität des Angebots in Abhängigkeit des Preises.

Preis	Erwartete Qualität
0 bis 2	Kein Angebot, da unterhalb des Mindestpreises
2 bis 4	$E(Q) = 2$
4 bis 9	$E(Q) = 0,5 \times 2 + 0,5 \times 4 = 3$
9 und größer	$E(Q) = 0,33 \times 2 + 0,33 \times 4 + 0,33 \times 9 = 5$

Die Anbieter auf dem Gebrauchtwagenmarkt haben vollkommene Information über die von ihnen angebotene Qualität, die Käufer können die Qualität hingegen nicht unterscheiden. Es gebe drei Qualitäten $Q \{2, 4, 9\}$, die jeweils gleich häufig sind. Ein Anbieter ist bereit sein Fahrzeug zu verkaufen, wenn dessen Qualität niedriger als der Marktpreis ist. Erklären Sie, welches ökonomische Problem diesem Fall zugrundeliegt.

Durch asymmetrische Information tritt ein Marktversagen auf. Die Verkäufer verfügen über mehr Information als die Käufer. Alle Qualitäten werden jedoch zum gleichen Preis gehandelt, sodass Produkte mit hoher Qualität gar nicht erst angeboten werden. Die schlechten Qualitäten werden überproportional mehr angeboten. In diesem Fall spricht man von adverser Selektion.

Die Zahlungsbereitschaft des Konsumenten orientiert sich an ...

der durchschnittlich angebotenen Qualität.