

Thema: Preiswettbewerb bei differenzierten Produkten

Unternehmen bieten häufig nicht identische Produkte, sondern enge Substitute an. Nennen Sie drei Beispiele für enge Substitute.

(1) Waschmittel, (2) Autos aus demselben Preissegment, (3) Backwaren

Im Preiswettbewerb bei differenzierten Produkten verliert ein Unternehmen nicht die gesamte Nachfrage, wenn es etwas teurer ist, aber die Nachfrage hängt auch ...

vom Preis des Konkurrenten ab.

Nennen Sie drei Gründe für Produktdifferenzierung.

(1) Unterschiedlicher Geschmack (z.B. Zeitschriften)
(2) Werbeaufwand (Waschmittel)
(3) Räumliche Differenzierung

Welche Nachfrage reagiert stärker auf Preisänderungen, die unternehmensspezifische Nachfrage oder die Branchennachfrage? Begründen Sie Ihre Antwort.

Die unternehmensspezifische Nachfrage reagiert stärker aufgrund der Konkurrenzangebote auf Preisänderungen als die Branchennachfrage. Der Unterschied hängt vor allem auch von der Intensität der Differenzierung aus Sicht der Nachfrager ab.

Das einzelne Unternehmen besitzt aber in seinem Bereich einen gewissen Preissetzungsspielraum. Dieser wird jedoch durch die Konkurrenzprodukte beschränkt.

Der Preiswettbewerb bei differenzierten Produkten ist ... wie bei Bertrand, weshalb alle Unternehmen selbst bei konstanten Grenzkosten noch positive Gewinne realisieren.

Der Preiswettbewerb bei differenzierten Produkten ist nicht so stark wie bei Bertrand, weshalb alle Unternehmen selbst bei konstanten Grenzkosten noch positive Gewinne realisieren.

Im Preiswettbewerb bei differenzierten Produkten stellen sich bei freiem Marktzutritt langfristig ... ein, obwohl der Preis über den Grenzkosten liegt. Letzteres führt zu ... im Markt.

Im Preiswettbewerb bei differenzierten Produkten stellen sich bei freiem Marktzutritt langfristig Nullgewinne ein, obwohl der Preis über den Grenzkosten liegt. Letzteres führt zu einer Ineffizienz im Markt.