

# Warum kostet ein Flug weniger, wenn man früh bucht?

Die Fluggesellschaft wendet damit eine Preisdifferenzierung (auch Preisdiskriminierung genannt) an. Eine solche liegt vor, wenn **ein gleiches Gut oder ein gleicher Dienst an verschiedene Kunden zu unterschiedlichen Preisen verkauft wird.**

Das obige Beispiel zeigt eine **zeitliche Preisdifferenzierung**. Wer früh bucht, zahlt weniger, wer spät bucht, zahlt mehr. Davon zu unterscheiden sind die folgenden **Arten**<sup>1\*</sup>:

- **räumliche** Preisdifferenzierung, z.B. unterschiedliche Medikamentenpreise in verschiedenen Ländern
- **personelle** Preisdifferenzierung, z.B. unterschiedliche Eintrittspreise für Jugendliche und Erwachsene
- **quantitative** Preisdifferenzierung, z.B. Mengenrabatte
- **qualitative** Preisdifferenzierung, z.B. unterschiedliche Preise für Buchausgaben und Taschenbuchausgaben, wobei sich der Preisunterschied nur teilweise durch unterschiedliche Kosten erklären lässt.

Damit eine Preisdifferenzierung möglich ist, sind folgende **Voraussetzungen** erforderlich:

- Es muss sich um einen **unvollkommenen Markt** handeln. In einem vollkommenen Markt ist der Marktpreis gegeben und für alle gleich. Es muss also entweder ein Angebotsmonopol oder aber eine monopolistische Konkurrenz vorliegen.
- Der Markt muss sich in **Teilmärkte** aufteilen lassen, die sich voneinander **abgrenzen und abschotten** lassen, damit nicht Zwischenhändler auftreten und die Preisdifferenzen ausnützen und damit zum Verschwinden bringen (sog. Arbitrage).

Aus welchem **Grund** wenden Anbieter Preisdifferenzierungen an? Dies ist darauf zurückzuführen, dass die verschiedenen Kundengruppen eine unterschiedliche Kauf- und Zahlungsbereitschaft an den Tag legen. Wer beispielsweise früh bucht (z.B. der Ferienreisende), ist weniger auf den Flug angewiesen, als dies beim Spätbucher (z.B. beim Geschäftsmann) der Fall ist. Beim Spätbucher kann daher ein höherer Preis als beim Frühbucher angewendet werden. Anders ausgedrückt: Die unterschiedlichen Kundengruppen zeigen eine unterschiedliche Nachfrage. Durch Anwendung der Preisdifferenzierung nützt der Anbieter diese Situation aus und **erhöht damit den Gesamtgewinn.**

---

<sup>1</sup> siehe auch Mankiw N. Gregory: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Stuttgart 1999, S. 360 f.

## Beispiel einer Preisdifferenzierung:

Ein Anbieter von Unterhaltungselektronik, die sich von den Produkten anderer Anbieter stark unterscheidet, wendet die Preisdifferenzierung in zwei Ländern, A und B, an. In armen Land A wird der Preis tiefer als im reichen Land B angesetzt. Ferner nehmen wir an, dass die Kosten in beiden Ländern gleich hoch und pro Gerät konstant sind. Weitere Annahme: Es gibt keine fixen Kosten. Diese Annahmen führen dazu, dass sowohl Durchschnitts- als auch Grenzkosten eine horizontal verlaufende Gerade sind. In beiden Ländern wendet der Anbieter die Gewinnmaximierungsbedingung an: Grenzkosten = Grenzerlös. Dies führt in beiden Ländern auf Grund der unterschiedlichen Nachfrage zu verschiedenen hohen Preisen. Damit wird der Gesamtgewinn maximiert.

### Grafik (für Fortgeschrittene):

