

---

# **Wolfsburg Invisible Hand Studies**

---

**W I H St**

---

**Herausgegeben von**

**Jan René Judek, Marco Lorenz und Markus Spiwoks**

**No. 1 (April 2021)**

**Christoph Kornhardt**

**Empirische Untersuchung des neoklassischen  
Marktmodells anhand des Gleichgewichtspreises**

## **Abstract**

Laut der neoklassischen Markttheorie bildet sich durch das Aufeinandertreffen von Angebot und Nachfrage am Markt für jedes Produkt ein Gleichgewichtspreis. Jeder auf dem Markt agierende Anbieter darf für ein homogenes Produkt nur diesen einen Preis verlangen. Sollte ein höherer Preis offeriert werden, so dürfte laut der Theorie kein einziger Kunde mehr dieses Produkt kaufen. Außerdem kaufen die Kunden immer das günstigste Produkt, wodurch die Anbieter sich an ihrer Konkurrenz orientieren müssen.

Durch eine empirische Wirtschaftsforschung wird in dieser wissenschaftlichen Arbeit überprüft, ob diese Theorie in dem Wirtschaftsraum Einbeck zutreffend ist. Hierzu wurden von 10 verschiedenen homogenen Produkten insgesamt über 200 Preise beobachtet und verglichen. Die Preise stammen von den örtlichen Anbietern sowie von digitalen Einzelhändlern, da diese durch die Digitalisierung genauso in einem Wirtschaftsraum vertreten sind. Die Daten der durchgeführten Analyse zeigen, dass dies bei keinem Produkt der Fall ist. Die beobachteten Standardabweichungen der einzelnen Güter sind in keinem Fall auf den Wert von Null gefallen, was einen Gleichgewichtspreis widerspiegeln würde. Auffallend ist, dass mit einer stark zunehmenden Zahl von digitalen Einzelhändlern die Standardabweichung und somit die Preisstreuung deutlich sinkt. Dies kann auf abfallende Suchkosten zurückzuführen sein.

## Inhaltsverzeichnis

<b>1. Einleitung</b> .....	<b>- 1 -</b>
1.1. <i>Gegenstand</i> .....	- 1 -
1.2. <i>Fragestellung</i> .....	- 2 -
1.3. <i>Methodik</i> .....	- 2 -
1.4. <i>Aufbau</i> .....	- 3 -
<b>2. Literaturkapitel</b> .....	<b>- 4 -</b>
2.1. „ <i>Price differences in almost competitive Markets</i> “ (1979) .....	- 4 -
2.2. „ <i>Using price distributions to estimate search costs</i> “ (2006) .....	- 5 -
2.3. „ <i>Explaining Price Dispersion for Homogeneous Grocery Products</i> “ (2003).....	- 6 -
2.4. „ <i>Does the Internet Make the Markets More Competitive?</i> “ (2002).....	- 7 -
2.5. „ <i>Bargains and Ripoffs: A Model of Monopolistically Competitive Price Dispersion</i> “ (1977).....	- 8 -
2.6. „ <i>Persistent Price Dispersion in Online Markets</i> “ (2006).....	- 9 -
2.7. „ <i>Price Dispersions in the Small and in the Large</i> “ (2004).....	- 11 -
2.8. „ <i>Equilibrium Price Dispersion in Retail Markets for Prescription Drugs</i> “ (2000).....	- 12 -
2.9. „ <i>Frictionless Commerce</i> “ (2000) .....	- 13 -
2.10. „ <i>Price Dispersion then and now</i> “ (2002).....	- 14 -
2.11. <i>Zusammenfassung</i> .....	- 15 -
<b>3. Das Marktgleichgewicht</b> .....	<b>- 17 -</b>
3.1. <i>Kernelemente eines Marktes</i> .....	- 17 -
3.2. <i>Angebot und Nachfrage</i> .....	- 18 -
3.2.1. <i>Angebot</i> .....	- 18 -
3.2.2. <i>Nachfrage</i> .....	- 19 -
3.2.3. <i>Zusammenfassung</i> .....	- 20 -
3.3. <i>Gleichgewichtspreis</i> .....	- 20 -
3.4. <i>Zusammenfassung</i> .....	- 22 -
<b>4. Von der Klassik zur Neoklassik</b> .....	<b>- 23 -</b>
4.1. <i>Klassik</i> .....	- 23 -
4.2. <i>Neoklassik</i> .....	- 24 -
4.3. <i>Zusammenfassung</i> .....	- 25 -
<b>5. Empirische Studie</b> .....	<b>- 26 -</b>
5.1. <i>Empirische Wirtschaftsforschung</i> .....	- 26 -
5.2. <i>Forschungsfrage</i> .....	- 27 -
5.3. <i>Beobachtungsplan</i> .....	- 28 -
5.3.1. <i>Beobachtungsgegenstand</i> .....	- 28 -
5.3.2. <i>Beobachtungsdurchführung</i> .....	- 29 -
5.3.3. <i>Zusammenfassung</i> .....	- 31 -
5.4. <i>Zusammenfassung</i> .....	- 31 -
<b>6. Produkte</b> .....	<b>- 32 -</b>

6.1.	<i>funny-frisch</i> .....	- 32 -
6.2.	<i>Pringles</i> .....	- 33 -
6.3.	<i>Géramont</i> .....	- 33 -
6.4.	<i>Heineken</i> .....	- 34 -
6.5.	<i>Milka Haselnuss</i> .....	- 35 -
6.6.	<i>Red Bull</i> .....	- 36 -
6.7.	<i>Nintendo Switch</i> .....	- 38 -
6.8.	<i>JBL Flip 5</i> .....	- 39 -
6.9.	<i>PlayStation 4 Controller</i> .....	- 40 -
6.10.	<i>Fifa 21</i> .....	- 41 -
6.11.	<i>Analyse der gesammelten Daten</i> .....	- 42 -
6.12.	<i>Zusammenfassung</i> .....	- 44 -
<b>7.</b>	<b>Fazit</b> .....	<b>- 45 -</b>
	<b>Literaturverzeichnis</b> .....	<b>- 48 -</b>
	<b>Anhang</b> .....	<b>- 50 -</b>

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Vier Beispielprodukte aus "Difference among Prices for 39 Products" .....	- 4 -
Abbildung 2: Beispielpreise von 4 Einzelhändlern vom 5. November 1999 aus der Studie ....	- 10 -
Abbildung 3: Angebot und Nachfrage.....	- 20 -
Abbildung 4: Beispiel eines Beobachtungsbogens.....	- 30 -
Abbildung 5: Beispiel Analysebogen Schokoriegel .....	- 30 -

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Analyse funny-frisch „Ungarisch“ 175 Gramm .....	- 32 -
Tabelle 2: Analyse Pringles „Original“ 200 Gramm .....	- 33 -
Tabelle 3: Analyse Géramont „Classic“ 200 Gramm .....	- 34 -
Tabelle 4: Analyse Heineken Pils 6 x 0,33 Liter .....	- 35 -
Tabelle 5: Analyse Milka „Haselnusschokolade“ 100 Gramm .....	- 36 -
Tabelle 6: Analyse Red Bull 0,25 Liter Dose .....	- 37 -
Tabelle 7: Analyse Nintendo Switch.....	- 38 -
Tabelle 8: Analyse JBL Flip 5.....	- 39 -
Tabelle 9: Analyse PS4 Wireless Dualshock Controller, V2, Schwarz.....	- 40 -
Tabelle 10: Analyse Fifa 21 für PS4, Hardcover .....	- 41 -

## 1. Einleitung

### 1.1. Gegenstand

Befragt man einen Volkswirtschaftler, wie der Handel an einem Markt funktioniert, so würde er wie folgt antworten: An einem Markt treffen Angebot und Nachfrage aufeinander. Aus diesen beiden Faktoren ergibt sich der Preis. Ist die Nachfrage hoch und das Angebot gering, so steigt der Preis. Ist das Angebot jedoch hoch und die Nachfrage niedrig, dann sinkt der Preis. Aus diesem stetigen Aufeinanderwirken dieser beiden Größen entwickelt sich der sogenannte Gleichgewichtspreis. Bei diesem Preis stimmen Angebot und die Nachfrage nach einem Gut überein.

Es gibt mittlerweile, vor allem durch den Fortschritt des Internets, eine grenzlose Menge an Marktteilnehmern, die die verschiedensten Güter anbieten und nachfragen. Demnach stellt sich die Frage, ob in der realen Wirtschaft der sogenannte Gleichgewichtspreis vorliegt.

Mit diesem beschriebenen Sachverhalt haben sich bereits viele Ökonomen auseinandergesetzt, empirische Untersuchungen durchgeführt und die Datenergebnisse anschließend analysiert. Vor allem in den 1990er Jahren und um die Jahrtausendwende wurden viele Analysen durchgeführt, da zu dieser Zeit die digitalen Neuerungen mit der kontinuierlichen Ausbreitung des Internets voranschritten und die Auswirkungen dessen noch unvorhersehbar waren. Konsumenten konnten Preise über das Internet von zuhause aus vergleichen, womit der Weg in die örtlichen Einzelhandelsgeschäfte nicht mehr notwendig war. Der Gleichgewichtspreis schien auf einmal für alle Konsumenten erreichbar. Die ersten empirischen Untersuchungen zu dem Thema des Gleichgewichtspreises gab es bereits in den 1920er Jahren. Jedoch wurden mit der Einführung des Internets viele Parameter wie zum Beispiel die Möglichkeit des Preisvergleiches bedeutend verändert. Um dieses Phänomen des Gleichgewichtspreises zu untersuchen, wurden in dieser Zeit viele verschiedene Artikel veröffentlicht.

Jeffrey Brown und Austan Goolsbee untersuchten in den 1990er Jahren die Auswirkungen von Preisvergleichsseiten im Internet auf die Lebensversicherungspreise. Erkennbar ist beispielsweise ein Preisverfall von 8 – 15 Prozent in den Jahren 1995 - 1997, was einem Konsumentenüberschuss von 115 – 225 Millionen Euro pro Jahr entspricht.<sup>1</sup> Die Ökonomen Michael Baye, John Morgen und Patrick Scholten führten 2002 eine 18 - monatige Preisbeobachtung von 36 verschiedenen homogenen Gütern durch, bei welchem sie die Preise von digitalen Preisvergleichsseiten dokumentierten und anschließend analysierten.<sup>2</sup> Der Autor Aalta-Setälä untersuchte die Auslöser für die Preisstreuung bei homogenen Lebensmittelgütern. Hierzu führte er in Finnland circa 34.000 Beobachtungen von Lebensmittelprodukten durch.<sup>3</sup> In

---

<sup>1</sup> Vgl. Brown, J./Goolsbee A. (2000) S. 2-3

<sup>2</sup> Vgl. Baye, M./Morgen, J./Scholten, P. (2002) S. 6-7

<sup>3</sup> Vgl. Aalta-Setälä, V. (2003) S. 1

der Literatur wurden verschiedene Theorien, die die Preisstreuung bei homogenen Produkten nachweisen sollten, entwickelt. Das Ergebnis dieser Studien war, dass bei homogenen Produkten eine Preisstreuung vorliegt. Die vorliegende Arbeit knüpft an die bisherigen Forschungen an. In der Literatur liegen bereits viele verschiedene Untersuchungen auf diesem Gebiet vor. Jedoch ist nach einiger Recherche aufgefallen, dass es kaum Untersuchungen der aktuellen Zeit gibt. Betrachtet man das aktuelle Geschehen, im Hinblick auf die fortschreitende Technik, müssten sich die Preise einander annähern und die Preisstreuung sinken. Durch die fortschreitende Digitalisierung, dem Ausbau der Onlinepräsenz von Einzelhändlern, besseren Vergleichsseiten und daraus resultierenden geringerer Suchkosten, ist davon auszugehen, dass der Gleichgewichtspreis erlangt werden kann. Könnten also die digitalen Veränderungen die Theorien der Neoklassik bestätigen und einen Gleichgewichtspreis real werden lassen?

## **1.2. Fragestellung**

In dieser wissenschaftlicher Arbeit wird versucht, die Theorie eines Gleichgewichtspreises mittels einer empirischen Untersuchung zu analysieren. Laut der neoklassischen Markttheorie in Verbindung mit dem Gleichgewichtspreis, sollten alle Anbieter eines homogenen Gutes in einem Wirtschaftsraum denselben Preis auf einem vollkommen Markt verlangen. Sobald ein Anbieter einen höheren Preis inseriert, müssten sich alle Konsumenten an dem günstigsten Preis orientieren. Aus den bereits genannten Stichworten „empirische Untersuchung“, „neoklassische Markttheorie“ und „Gleichgewichtspreis“ lässt sich die relevante Forschungsfrage für diese wissenschaftliche Arbeit formulieren. Ist der in der Neoklassik postulierte Gleichgewichtspreis in der empirischen Wirklichkeit tatsächlich zu beobachten? Diese Fragestellung wird in den folgenden Seiten beantwortet.

## **1.3. Methodik**

Um diesen Sachverhalt genauer zu beleuchten, wird das Beobachtungsverfahren für diese Arbeit angewandt, um primäre Daten zu gewinnen. Es finden Preisvergleiche in den örtlichen Einzelhandelsgeschäften zu verschiedenen homogenen Produkten statt. Als Wirtschaftsraum dieser Untersuchung wurde die Stadt Einbeck in Niedersachsen gewählt. Nachdem alle Preise aus diesem Wirtschaftsraum für ein bestimmtes Produkt gesammelt wurden, findet ein digitaler Preisvergleich statt. Hierbei wird im Internet über die Preisvergleichsseite [idealo.de](http://idealo.de) nach Anbietern für das entsprechende Produkt gesucht. Die Preise werden per Bildschirmfoto gespeichert und anschließend mit den Daten der örtlichen Händler ergänzt. Dementsprechend wird die Methodik des Beobachtungsverfahrens angewandt. Nachdem alle Daten zu einem homogenen Produkt gesammelt wurden, wird der eigentliche Preisvergleich durchgeführt. Hierbei werden die einzelnen Preise miteinander verglichen und in Folge darauf analysiert. Alle Daten für ein Produkt werden in demselben Zeitraum erhoben. Dies bedeutet, dass alle Daten an einem

Stichtag gesammelt werden, damit keine nachträglichen Preisänderungen die Ergebnisse verfälschen können.

Die beschriebene Herangehensweise ist für diese wissenschaftliche Arbeit eine angemessene Methodik, da hierdurch alle Preise für ein Gut in Betracht gezogen und analysiert werden. Dadurch, dass die Daten aus erster Hand sind, besteht auch kein Zweifel an der Glaubwürdigkeit der Daten.

#### **1.4. Aufbau**

Ein aktueller Stand der bisherigen Forschung zum Thema des Gleichgewichtspreises von homogenen Produkten wird in Kapitel 2 aufgezeigt. Dazu werden thematisch relevante wissenschaftliche Artikel aufgegriffen und dargestellt. Anschließend wird die wörtliche Beschreibung dieser Bachelorarbeit „Empirische Untersuchung des neoklassischen Marktmodells anhand des Gleichgewichtspreises“ in einzelne Stichworte zerlegt und genauer betrachtet. In Kapitel 3 werden die Begriffe „Markt“ und „Gleichgewichtspreis“ erklärt. In Kapitel 4 wird die neoklassische Markttheorie kurz erläutert und von der klassischen Markttheorie abgegrenzt. Anschließend wird in Kapitel 5 der Begriff der empirischen Wirtschaftsforschung erläutert und es wird näher auf die Forschungsfrage dieser Arbeit eingegangen. Darauf aufbauend wird ein Beobachtungsplan zu der später durchgeführten Beobachtung in Kapitel 5 vorgestellt. Im Kapitel 6 erfolgt die empirische Wirtschaftsforschung. Nachdem die Preise der homogenen Güter der Beobachtung bei den örtlichen und digitalen Anbietern eingeholt wurden, werden die Daten mithilfe eines eigens angefertigten Analysebogens vorgestellt. Hierbei wird auf die speziellen Gegebenheiten jedes einzelnen Produktes eingegangen. Anschließend erfolgt eine gesamte Analyse aller Produkte. Im letzten Kapitel dieser Arbeit werden die zuvor erlangten Untersuchungsergebnisse zusammengefasst und die zu Beginn dieser Arbeit aufgestellte Forschungsfrage beantwortet.

## 2. Literaturkapitel

Im Folgenden werden verschiedene Arbeiten zum Gleichgewichtspreis, die größtenteils Artikel aus englischsprachigen Wirtschaftszeitungen sind, vorgestellt und deren Ergebnisse wiedergegeben. Es wird überwiegend auf empirische Wirtschaftsforschungen, sowie vereinzelt auf vielversprechende Theorien, eingegangen.

### 2.1. „Price differences in almost competitive Markets” (1979)

In dem Journal “The Quarterly Journal of Economics” veröffentlichten John W. Pratt, David A. Wise und Richard Zeckhauser den Artikel „Price differences in almost competitive Markets”, welcher dem Jahr 1979 entstammt. In diesem Artikel wurden 39 verschiedene Produkte per Zufallsverfahren ermittelt und miteinander verglichen. Hiermit soll beantwortet werden, ob Verkäufer mit identischen Merkmalen im Gleichgewicht unterschiedliche Preise verlangen können. Dazu wurden telefonisch bei den Anbietern Preise zu den Produkten erfragt. Das Ergebnis dieser Abfrage war, dass jedes einzelne Produkt am Ende der Untersuchung durchschnittlich zwölf unterschiedliche Preisangaben aufwies und Preisschwankungen vorlagen.<sup>4</sup>

Abbildung 1: Vier Beispielprodukte aus “Difference among Prices for 39 Products”

Produkt	Durchschnitts- preis	Anzahl Anbieter	Minimaler Preis	Standard- abweichung
Fahrrad	144,77 \$	7	135 \$	6,34 \$
Kamera	329,12 \$	15	260 \$	29,78 \$
Boot	602,87 \$	15	425 \$	104,89 \$
Taschenrechner	123,44 \$	12	102 \$	12,27 \$

Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an Pratt J. W./Wise D. A./Zeckhauser R. (1979), S. 206-207

In Abbildung 1 sind vier der 39 Produkte, die miteinander verglichen wurden, dargestellt. Bei den Produkten handelt es sich jeweils um ein spezielles Modell, bei dem die Preise verglichen wurden. Bei diesen vier Produkten kann man die jeweils hohe Spanne zwischen dem minimalen Preis und dem Durchschnittspreis erkennen. Des Weiteren schwankt die Standardabweichung bis zu einem Sechstel des Gesamtpreises. Nach der Aussage der Verfasser gibt es durchschnittlich zwölf unterschiedliche Preise für ein Produkt. Dies bedeutet, übertragen auf diese vier Beispiele, dass fast jeder einzelne Anbieter einen anderen Preis für dasselbe Produkt erhebt.

<sup>4</sup> Vgl. Pratt, J. W./Wise, D. A./Zeckhauser R. (1979) S. 189

Laut der Autoren gibt es trotz der standardisierten Produkte Qualitätsunterschiede zwischen den verschiedenen Verkäufern. Hierbei kann es sich um den Standort des Verkäufers, seine Kreditpolitik oder begleitende Dienstleistungen handeln. Die Preisunterschiede der Anbieter können auch auf verschiedene Nachfragesituationen, Betriebsarten, Kosten oder die Aussicht auf gebundene Verkäufe zurückzuführen sein. Unter gebundenen Verkäufen versteht man, dass Kunden aufgrund eines einzelnen Einkaufs, weitere Produktkäufe tätigen, weil sie sich bereits in einem Einzelhandelsgeschäft befinden. Die drei Verfasser berufen sich jedoch auf den Begriff der Suchkosten. Mit diesem Begriff wollen sie den Preisunterschied zwischen den einzelnen Verkäufern erklären. Anhand verschiedener theoretischer Konstrukte erklären sie, dass der Aufwand, den ein Kunde beim Vergleichen von Preisen betreibt, seine eigenen Kosten sind, die sogenannten Suchkosten. Je höher der Aufwand für den Käufer ist, desto eher kauft er zum Beispiel das Fahrrad, welches direkt vor ihm steht. Dies hat zur Folge, dass die Verkäufer verschiedene Preise erheben können, denn die positiven Suchkosten des einzelnen Käufers ergeben später einen neuen Gleichgewichtspreis.<sup>5</sup>

## **2.2. „Using price distributions to estimate search costs“ (2006)**

In der 2006 veröffentlichten Ausgabe von „The Rand Journal of Economics“ versuchen Han Hong und Matthew Shum in ihrem Artikel „Using price distributions to estimate search costs“ den Begriff der Suchkosten zu erklären. Dieser wurde immer wieder verwendet, um die Streuung der Gleichgewichtspreise auf den homogenen Produktmärkten zu erklären. In diesem Artikel wird eine Methode zur Schätzung von Suchkosten entwickelt, welche beobachtete Preisdaten erfordert und gleichzeitig mit den bisherigen Gleichgewichts-Suchmodellen übereinstimmt. Sie benutzen die Preisvergleiche von digitalen Buchhändlern für verschieden Lehrbücher der Wirtschaft und Statistik. Um die Suchkosten zu identifizieren, nehmen die Autoren einige starke Modellierungsmaßnahmen zu Hilfe. Zum Beispiel wird von realen Preisen ausgegangen. Dies bedeutet, dass jeder beobachtete Preis positive Umsätze für den Einzelhändler generiert. Hiermit werden jegliche Köderstrategien, bei denen die Loyalität des Kunden mit anfangs sehr niedrigen Preisen gewonnen werden soll, ausgeschlossen.<sup>6</sup>

Die in diesem Artikel durchgeführte empirische Analyse von Produktpreisen bezieht sich auf vier verschiedene Wirtschaftsbücher, die von Einzelhändlern online angeboten werden. Es handelt sich hierbei um homogene Produkte, die jeweils nur einmal konsumiert werden, da ein zusätzlicher Kauf dieses Produktes keinen größeren Nutzen mit sich führen würde. Jegliche Versandkosten wurden mit dem Verkaufspreis addiert, denn sonst könnte beispielsweise ein niedriger Verkaufspreis mit hohen Versandgebühren das Ergebnis verfälschen. Außerdem wurden alle Preise an einem Datum, dem 5. Februar 2002, erhoben.<sup>7</sup>

---

<sup>5</sup> Vgl. Pratt, J. W./Wise D. A./Zeckhauser R. (1979) S. 205

<sup>6</sup> Vgl. Hong, H./Shum, M. (2002) S. 257

<sup>7</sup> Vgl. Hong, H./Shum, M. (2002) S. 258

Die Ergebnisse der Preiserhebungen zeigen, dass es trotz der digitalen Vergleichsmöglichkeiten durch das Internet zu erheblichen Preisstreuungen für dieselben homogenen Produkte kommt. Das Fachbuch „Probability and Measure“ von Billingsley wurde beispielsweise von 20 verschiedenen Einzelhändlern angeboten und hatte einen Durchschnittspreis von 98,90 Dollar. Die Preisspanne bewegte sich aber von 83,58 Dollar bis zu 100,87 Dollar. Mit den einberechneten Versandkosten ergibt dies einen maximalen Preisunterschied von 17,29 Dollar für dasselbe Produkt. Ein weiteres Beispiel aus den vier analysierten Büchern von Hong und Shum ist die Fachliteratur „Recursive Methods“ von Stokey-Lucas, die starke Preisunterschiede aufweist. Sie wird von 19 verschiedenen Einzelhändlern durchschnittlich für 64,98 Dollar digital angeboten. Der kleinste zu findende Preis liegt bei 59,75 Dollar und der maximale Preis inklusive Versand liegt bei 86,80 Dollar. Der Preisunterschied beträgt 27,05 Dollar, was fast 50 Prozent der Kosten des günstigsten Angebots ausmacht.<sup>8</sup>

Nachdem sie all diese Preisvergleiche in ihre eigens entwickelten Formeln einfließen lassen haben, kommen die Autoren auf das Ergebnis, dass ihre Methode der Suchkostenschätzung lediglich reine Daten benötigt und weshalb ihre Vorgehensweise für Preisvergleiche in Online-Märkten sehr nützlich ist. Um jedoch das Phänomen der Suchkosten komplett zu entschlüsseln, werden laut der Verfasser viel mehr Daten, wie zum Beispiel die Kosten und die Mengen der Käufe, sowie weitere empirische Überprüfungen benötigt.<sup>9</sup>

### **2.3. „Explaining Price Dispersion for Homogeneous Grocery Products“ (2003)**

Ville Aalta-Setälä veröffentlichte 2003 im „Journal of Agricultural & Food Industrial Organization“ den Artikel „Explaining Price Dispersion for Homogeneous Grocery Products“, in dem er eine empirische Studie zur Preisstreuung von homogenen Lebensmitteln vorstellt. Ziel war es herauszufinden, was der Auslöser für die Preisstreuung bei homogenen Produkten ist. Ein besonderer Fokus liegt hierbei auf den Einflüssen von Verbrauchereigenschaften und Marktstrukturen, sowie auf den Suchkosten, als auch auf der Preisstreuung.<sup>10</sup>

Die Daten dieser empirische Wirtschaftsforschung enthalten Preis- und Suchkosteninformationen zweier Querschnitte aus den Jahren 1995 und 1997 von festgelegten Lebensmitteln aus Finnland. Die Untersuchung umfasst 120 Produkte aus 157 Geschäften und wurde von der nationalen Verbraucheragentur Finnlands durchgeführt. Insgesamt umfasst die Studie circa 34.000 Beobachtungen. Bei den einzelnen Produkten handelt es sich um Packungsgrößen von Markenprodukten, zum Beispiel 1 Kilogramm Heinz Ketchup oder 1 Liter Coca-Cola. Die Auswertung der Beobachtungen zeigen, dass es viele unterschiedliche Preisverteilungen unter den 120 Produkten gibt. Es gibt Produkte mit einer sehr engen Preisstreuung wie zum Beispiel die 1 Liter Dickmilch von Asidofilus. Bei allen 157 Geschäften gab es dieses Produkt zu kaufen

---

<sup>8</sup> Vgl. Hong, H./Shum, M. (2002) S. 267

<sup>9</sup> Vgl. Hong, H./Shum, M. (2002) S. 271

<sup>10</sup> Vgl. Aalta-Setälä, V. (2003) S. 1

und circa 135 davon hatten denselben Preis von 1,0 Geldeinheiten. In wenigen Geschäften konnte man das Produkt für 0,9 oder 1,1 Geldeinheiten erwerben. Somit liegt auch der Durchschnittspreis, berechnet auf alle Geschäfte, bei einer Geldeinheit. Andere Produkte wie die Milano 500 Gramm Spaghetti Packung haben eine sehr breite Preisstreuung. Hier existiert in den 141 Einzelhandelsgeschäften, in denen dieses Produkt angeboten wird, eine Preisspanne von 0,7 bis 1,5 Geldeinheiten. Der Durchschnittspreis liegt hier bei einer Geldeinheit, da der Preis von 0,9 Geldeinheiten am meisten vertreten ist und in 40 der 141 Geschäften angeboten wird. Anhand dieser beiden Beispiele kann man die verschiedenen Preisverteilungen der homogenen Lebensmittel erkennen.<sup>11</sup>

Nach Aalta-Setälä liegen für die Preisstreuung bei völlig homogenen Produkten zwei Erklärungen vor. Einerseits haben die Käufer private Präferenzen für ein bestimmtes Einzelhandelsgeschäft und sind bereit einen höheren Preis zu bezahlen. Als Hauptgrund für die Preisstreuung gibt Aalta-Setälä die unvollständigen Informationen der Käufer an. Er hat in diesem Artikel nicht nur die Auswirkungen von Produkteigenschaften untersucht, sondern auch die verschiedenen Auswirkungen von Marktstruktur und Nachfrageeigenschaften auf die Suchkosten der Konsumenten. Anhand der Resultate stimmen die Auswirkung der Produkteigenschaften auf die Suchkosten mit den früheren empirischen Ergebnissen, sowie mit der Theorie der unvollständigen Informationen überein. Schlussfolgernd kommt Aalta-Setälä zu dem Ergebnis, dass hohe Suchkosten die Preisstreuung erhöhen. Die demografischen Merkmale haben großen Einfluss auf die Preisstreuung. Wenn die Verbraucher bereit sind zu suchen, nimmt die Preisstreuung ab. Diese Ergebnisse und Aussagen hält der Autor aufgrund der Größe der Studiendaten als sehr aussagekräftig.<sup>12</sup>

#### **2.4. „Does the Internet Make the Markets More Competitive?“ (2002)**

Der Fortschritt der Digitalisierung und der hiermit verbundene steigende Internetnutzung hat das Potential, die Suchkosten erheblich zu senken, indem es den Verbrauchern die Möglichkeit gibt, von zuhause aus Online-Preisvergleiche durchzuführen. In dem Artikel „Does the Internet Make Markets More Competitive? Evidence from the Life Insurance“ aus dem Wirtschaftsjournal „Journal of Political Economy“, zeigen die Autoren Jeffrey Brown und Austan Goolsbee die Auswirkungen von Internetseiten zum Preisvergleich von Lebensversicherungen in den 1990er Jahren.<sup>13</sup>

Bei den erwähnten Preisvergleichsseiten handelt es sich um Internetseiten, bei denen die Besucher ihre persönlichen Daten, wie z.B. Alter, Geschlecht, Krankengeschichte oder auch die Deckungssumme angeben. Anschließend werden die einzelnen Angebote sowie Preise der verschiedenen Anbieter für Lebensversicherungen aufgelistet. Die in diesem Artikel

---

<sup>11</sup> Vgl. Aalta-Setälä, V. (2003), S. 2-4

<sup>12</sup> Vgl. Aalta-Setälä, V. (2003), S. 11

<sup>13</sup> Vgl. Brown, J./Goolsbee, A. (2000) S. 1

wiedergegebene Studie zeigt, dass bei Einführung der Online-Versicherungsseiten die Preise für Risikolebensversicherungen schnell fielen, sobald sich eine Gruppe von Anbietern entschied das Internet zu nutzen. Allein zwischen 1995 - 1997 bewirkte der Anstieg von Versicherungswebsites einen Preisfall von 8 – 15 Prozent. Dies entspricht einem Konsumentenüberschuss von circa 115 – 225 Millionen Dollar pro Jahr. Die Ergebnisse sind zuverlässig, da die Preise von Versicherungen vor dem Bestehen von Versicherungswebsites konstant blieben.<sup>14</sup>

Die gewonnenen Daten zeigen im Zusammenspiel mit der Theorie, dass die anfängliche Nutzung des Internets die Preisstreuung im Bereich der Versicherungen zunächst deutlich erhöht. Diese erhöhte Preisstreuung verringert sich jedoch wieder, wenn die Internetnutzung weiterhin steigt. In diesem Sinne zeigen die in diesem Artikel präsentierten Ergebnisse, dass zumindest bei Finanzprodukten das Internet die Fähigkeit besitzt, die Suchkosten erheblich zu senken. Hierdurch kommt es zu einem Verlust der Marktmacht der einzelnen Anbieter, was zu einer Annäherung der einzelnen Preise zu einem Gleichgewichtspreis und außerdem einem großen Wohlfandsfaktor der Verbraucher mit sich führt.<sup>15</sup>

## **2.5. „Bargains and Ripoffs: A Model of Monopolistically Competitive Price Dispersion” (1977)**

Es gibt zu dem Thema des Gleichgewichtspreises viele verschiedene wirtschaftliche Texte, die auf empirischen Untersuchungen beruhen. Jedoch gibt es auch vielversprechende Theorien, welche es wert sind, genauer hinterleuchtet zu werden. Eine dieser Theorien stammt von Steven Salop und Joseph Stiglitz und wurde in dem Artikel „Bargains and Ripoffs: A Model of Monopolistically Competitive Price Dispersion“ veröffentlicht. In diesem Artikel wird eine Wirtschaft untersucht, in der sich die Verbraucher in ihrer Fähigkeit und Bereitschaft unterscheiden, wirtschaftliche Entscheidungen zu treffen. Zum einen gibt es den „Schnäppchenjäger“, der verschiedenste Angebote einholt und Preise vergleicht. Es handelt sich um einen preisbewussten Konsumenten, der anhand gesammelter Informationen eine kluge und für sich richtige Einkaufsentscheidung trifft. Die andere Seite der Verbraucher trifft nicht diese rationalen Entscheidungen. Es wird vorher weder ein genauer Einkaufspreis berechnet, noch fundiert nach Preisinformationen gesucht. Es werden nur Preisinformationen gesammelt und die Informationen der Verbraucher sind rational. Des Weiteren können „perfekte“ Fixkosten generiert werden. Hierdurch ist der Fluss der Informationen höchst unrealistisch und stark vereinfacht. Der Vorteil ist jedoch, dass dieses Modell jederzeit neu interpretiert werden kann, womit zum Beispiel sequentielle Suchen, Werbung oder auch Mundpropaganda berücksichtigt werden können.<sup>16</sup>

---

<sup>14</sup> Vgl. Brown, J./Goolsbee, A. (2000) S. 2-3

<sup>15</sup> Vgl. Brown, J./Goolsbee, A. (2000) S. 17-18

<sup>16</sup> Vgl. Salop, S./Stiglitz, J. (1977) S. 493-494

Die Autoren kommen zu der Schlussfolgerung, dass ein Marktgleichgewicht bei homogenen Gütern nicht zu einem wettbewerbsfähigen Preis entsteht. Dies kann man mit einer kleinen Beobachtung leicht schlussfolgern. Wenn angenommen wird, dass jedes Unternehmen den wettbewerbsfähigen Preis berechnet hätte, dann könnten einzelne Unternehmen den Preis leicht erhöhen ohne Kunden zu verlieren. Die Verbraucher sind bei leichten Preiserhöhungen noch nicht bereit, mehr Informationen zu sammeln und sich ein neues Geschäft zum Kauf der Ware zu suchen. Die Preiserhöhungen sind jedoch begrenzt, denn die Verbraucher zahlen keine exorbitanten Preise. Wenn nun jedoch jeder Laden diese kleinen Preiserhöhungen durchführt, führt dies zu einem steigenden Preiszyklus, da die Anbieter ihre Ladenpreise an der Konkurrenz orientieren. Die Kernaussage des von Salop und Stiglitz entwickelten Modells ist, dass die Preise an einem Markt steigen und die einzelnen Läden bei einem homogenen Gut unterschiedliche Preise veranschlagen können.<sup>17</sup>

## **2.6. „Persistent Price Dispersion in Online Markets“ (2006)**

Baye, Morgan und Scholten führen in „Persistent Price Dispersion in Online Markets“ einen Preisvergleich von 36 homogenen Gütern durch. Ihre Quelle ist eine der führenden Preisvergleichsseiten aus dem Internet. Die Beobachtung beinhaltet die Preise von Unterhaltungselektronikprodukten, welche über einen Zeitraum von 18 Monaten erhoben wurden. Ihr Ziel ist es aufzuzeigen, dass die Preisstreuung der Produkte dem „Gesetz des Preises“ widerspricht. Hierzu werden ebenfalls Lagerbestände sowie Versandkosten berücksichtigt. Ein besonderes Augenmerk liegt auf den Reservierungswerte der einzelnen Produkte. Dies bedeutet, dass die abnehmende Zahl der Verbraucher die dieses Produkt kaufen möchten, zur Folge hat, dass die Zahl der Unternehmen, die dieses Produkt anbieten, abnimmt. Somit sollte folglich auch die Preisstreuung sinken.<sup>18</sup>

Die Preisbeobachtungen der 36 verschiedenen Elektronikprodukte fand im Zeitraum zwischen November 1999 bis Mai 2001 statt. Die ausgewählten Elektronikprodukte können in drei Kategorien eingeteilt werden: Software, Peripheriegeräte und Zubehör. Der Begriff Software ist selbsterklärend. Peripheriegeräte sind Bestandteile eines Computers, wie zum Beispiel die Grafikkarte. Unterhaltungselektronikartikel, die mit oder ohne den Computer bedient werden können, gelten als Zubehör, wie zum Beispiel das untersuchte Palm V. Die folgende Tabelle zeigt die Auflistung von jeweils einem Produkt aus jeder Kategorie.<sup>19</sup>

---

<sup>17</sup> Vgl. Salop, S./Stiglitz, J. (1977) S. 495-497

<sup>18</sup> Vgl. Baye, M./ Morgan, J./ Scholten P. (2002) S. 6-7

<sup>19</sup> Vgl. Baye, M./ Morgan, J./ Scholten P. (2002) S. 7-9

Abbildung 2: Beispielpreise von 4 Einzelhändlern vom 5. November 1999 aus der Studie

Produkt	Typ	AccessMicro.com	Computer411	McGlen Micro	pcWonders.com
Half Life	Software	33,47 \$	31,95 \$	39,00 \$	24,95 \$
ATX Motherboard	Peripherie	134,98 \$	136,72 \$	150,95 \$	117,89 \$
Palm V	Zubehör	381,95 \$	339,95 \$	389,95 \$	279,89 \$

Quelle: *Eigen Darstellung in Anlehnung an Baye R./Morgan J./Scholten P. (2002) S. 32*

Diese drei Beispiele veranschaulichen, was die restlichen 33 homogenen Güter ebenfalls aufweisen. Es existiert eine große Preisstreuung zwischen den einzelnen Preisen. Beispielsweise weist das Computerspiel Half Life eine Preisspanne von 14,05 Dollar zwischen dem Mindest- und Maximalpreis auf. Das Computerteil ATX Motherboard hat bei den vier Anbietern einen Durchschnittspreis von 135,14 Dollar, das heißt 17,25 Dollar mehr als der günstigste und 15,81 Dollar weniger als der teuerste Preis. Der persönliche digitale Assistent Palm V hat bei vier verschiedenen Einzelhandelsgeschäften vier verschiedene Preise. Die Preisspanne zwischen günstigsten und dem teuersten Preis liegt bei 110,06 Dollar, was einem Preisunterschied von circa 28 Prozent entspricht.

Insgesamt liegt der niedrigste Preis von Unterhaltungselektronikprodukten 57 Prozent unter dem höchsten verfügbaren Preis. Die Preisspanne zwischen dem Durchschnittspreis und dem niedrigsten Preis beträgt 30,70 Dollar und die Spanne zwischen den zwei niedrigsten Preisen beträgt durchschnittlich 8,52 Dollar. In Bezug auf die Reservierungswerte zeigt sich, dass in den letzten sieben Monaten die Anzahl der konkurrierenden Unternehmen um 60 Prozent abnimmt. Dies führt zu einer Senkung der Preisspanne um 54 Prozent, welches fast 31 Dollar sind. Man kann beobachten, dass der Verbraucher durch die Benutzung der Vergleichswebsite shopper.com eine hohe Kostenreduktion erhält.<sup>20</sup>

Abschließend halten die Autoren fest, dass zwei Drittel der festgestellten Preisstreuungen auf feste Heterogenität zurückzuführen sind. Solche Heterogenitäten sind beispielsweise Versandkosten, Bannerwerbung, Kundenfeedbacks, Verfügbarkeit von Lagerbeständen oder auch Reservierungswerte. Das unerklärte Drittel der anhaltenden Preisstreuungen sind für die drei Autoren ein weiterer Beweis für die empirische Relevanz von Gleichgewichtsmodellen.<sup>21</sup>

<sup>20</sup> Baye, M./Morgan, J./Scholten, P. (2002) S. 2

<sup>21</sup> Baye, M./Morgan, J./Scholten, P. (2002) S. 22

## 2.7. „Price Dispersions in the Small and in the Large” (2004)

Die Frage, warum in einem Online Markt so viele unterschiedliche Preisstreuungen zu beobachten sind, wird von vielen Studien unterschiedlich beantwortet. Baye, Morgan und Scholten untersuchen diese unterschiedlichen Erklärungen in ihrem Artikel „Price Dispersions in the Small and in the Large: Evidence from an Internet Price Comparison Site“. Dazu haben sie einen Datensatz mit über vier Millionen Preisbeobachtungen für Unterhaltungselektronik zusammengestellt. Es handelt sich bei diesen Daten um tägliche Preisangebote der Internetvergleichsseite shopper.com von 1000 verschiedenen Produkten. Die Beobachtung wurde im Zeitraum vom August 2000 bis zum März 2001 durchgeführt.

Eine Erklärung für die Preisunterschiede ist, dass die Preisstreuung ein Ungleichgewichtsphänomen ist, das mit dem Laufe der Zeit automatisch korrigiert wird. Auch wird der Käufer immer geschickter mit der Nutzung des Internets und auch mit der Verwendung von Preisvergleichsseiten. Hierdurch sorgt das Internet letztendlich für ein vollkommen wettbewerbsfähiges Gleichgewicht. Eine weitere Annahme ist, dass die Preisstreuung ein Gleichgewichtsphänomen ist und dass Unterschiede in der Preisstreuung auf die Marktstruktur zurückzuführen sind. Die Kernaussage dieser Erklärung ist, dass bei einer steigenden Anbieterzahl die Preisstreuung sinkt.<sup>22</sup>

Die Autoren finden zum Ungleichgewichtsphänomen nur wenig Anhaltspunkte. Es wird stattdessen sogar eine anhaltende Preisstreuung festgestellt, die von der Marktstruktur abhängig ist. Die Annahme, dass das Internet letztendlich ein vollkommenes Gleichgewicht erzeugt, wird von Baye, Morgan und Scholten ebenfalls widerlegt. In dem untersuchten Zeitraum, welcher acht Monate beträgt, ist die Nutzung von Preisvergleichsseiten von Verbrauchern um 12,9 Prozent gestiegen. Trotz dieser Steigerung gab es keinen statistischen Beleg für eine Verringerung der Preisstreuung. Für die Annahme, dass mehr Anbieter zu einer niedrigeren Preisstreuung führen, finden die Verfasser aussagekräftige Daten. Wenn ein homogenes Produkt von nur zwei verschiedenen Einzelhändlern angeboten wird, liegt die Preisspanne bei durchschnittlich 22 Prozent. Bei Produkten, die von beispielsweise 17 Unternehmen angeboten werden, verringert sich die Preisspanne auf 3,5 Prozent.<sup>23</sup>

Schlussfolgernd kommen Baye, Morgan und Scholten zu der Erkenntnis, dass es nützlich ist, Marktstrukturen in Online Märkten zu kontrollieren, wenn der Grad der Streuung zwischen Produkten verglichen werden soll. Diese Kontrollen ermöglichen es, dynamische Effekte, wie zum Beispiel die gesteigerte Nutzung von Vergleichsseiten durch Verbraucher, von den Marktstruktureffekten zu trennen. Die veröffentlichten Ergebnisse legen nahe, dass in Zukunft vermehrte Studien in dem Bereich sehr nützlich sein könnten. Abschließend gehen die drei Autoren nochmals auf die in dieser Arbeit in Kapitel 2.4 bearbeitete Studie von Brown und

---

<sup>22</sup> Vgl. Baye, M./Morgan J./Scholten, P. (2004) S. 2-3

<sup>23</sup> Vgl. Baye, M./Morgan J./Scholten, P. (2004) S. 4

Goolsbee ein. Sie erklären den starken Rückgang bei Versicherungsprämien in den Neunzigern mit dem Zuwachs von Versicherungsunternehmen, die ihre Preise bei Preisvergleichsseiten inserieren.<sup>24</sup>

## **2.8. „Equilibrium Price Dispersion in Retail Markets for Prescription Drugs“ (2000)**

Alan Sorensens Artikel „Equilibrium Price Dispersion in Retail Markets for Prescription Drugs“, welcher in dem „Journal of Political Economy“ veröffentlicht wurde, beschreibt die Preisstreuung, die sich aus unvollständigen Informationen des Verbrauchers bei verschreibungspflichtigen Medikamenten ergibt. Hierfür wurden in den US-amerikanischen Städten Middletown, Newburgh und New York die Preise von Medikamenten, welche nur mit einem Rezept erhältlich sind, in verschiedenen Apotheken verglichen. Anhand der gesammelten Daten zeigt der Autor auf, dass es für die gleichwertigen Rezepte in derselben Stadt erhebliche Unterschiede in den Preisen gibt.<sup>25</sup>

Die Daten aus dem Jahr 1998, die in diesem Artikel verwendet wurden, entstammen den „Plakaten“ von 20 verschiedenen Apotheken aus drei Städten, welche jeweils maximal fünf Autominuten von einander entfernt liegen. Laut Gesetzgebung müssen amerikanische Apotheken ihre Preise für die 152 meistverkauften Medikamente auf sogenannten „Plakaten“ veröffentlichen. Hierdurch wird der Preisvergleich für den Verbraucher deutlich vereinfacht.<sup>26</sup> Die Ergebnisse der Studie besagen, dass die potentiellen Einsparungen bei der Suche nach der kostengünstigsten Apotheke, für mehr als die Hälfte der in der Stichprobe enthaltenen Rezepte, 10 Dollar übersteigen. Die Preisspanne der Preise für ein Rezept beträgt im Durchschnitt 13,17 Dollar. Außerdem haben einmalige Rezepte eine um 34 Prozent höhere Preisspanne als Rezepte, die regelmäßig jeden Monat gekauft werden müssen. Die absoluten Aufschläge, die aus den durchschnittlichen Preisen errechnet wurden, liegen für einmalige Rezepte um 41 Prozent höher als bei monatlich gekauften Verschreibungen.<sup>27</sup>

Ein Teil der Preisstreuung für gleichartige Produkte erklärt der Autor durch die Heterogenität der Apotheken. Denn obwohl die Produkte gleich sind, können sich die einzelnen Apotheken von ihrer Konkurrenz beispielsweise durch einen vorteilhaften Standort oder eine ausführlichere Kundenberatung abheben. Nach der empirischen Analyse seiner Beobachtung kommt Sorensen zu dem Schluss, dass häufig gekaufte Medikamente, beispielsweise Rezepte, die jeden Monat beschafft werden müssen, eine signifikante Verringerung der Preis-Kosten-Marge, als auch der Preisstreuung im Gegensatz zu einmaligen Rezepten aufweisen.<sup>28</sup>

---

<sup>24</sup> Vgl. Baye, M./Morgan, J./Scholten, P. (2004) S. 23-24

<sup>25</sup> Vgl. Sorensen, A. (2000) S. 834

<sup>26</sup> Vgl. Sorensen, A. (2000) S. 836

<sup>27</sup> Vgl. Sorensen, A. (2000) S. 837-838

<sup>28</sup> Vgl. Sorensen, A. (2000) S. 849

## 2.9. „Frictionless Commerce“ (2000)

Erik Brynjolfsson und Michael D. Smith veröffentlichten 1999 ihren Artikel „Frictionless Commerce? A comparison of Internet und Conventional Retailers“. Ihre Forschung untersucht das Internet im Vergleich mit traditionellen Einzelhändlern in Hinsicht auf die Preisstreuung von Büchern und CDs. Anhand von 8.500 Preisbeobachtungen homogener Produkte über einen Zeitraum von 15 Monaten wurden 41 verschiedene Internet- und herkömmliche Einzelhandelsgeschäfte verglichen. Dabei wurden 20 verschiedene CD Titel und 20 verschiedene Buchtitel untersucht. Die Hälfte dieser Titel stammt von Bestsellerlisten, die andere Hälfte wurde zufällig ausgewählt.<sup>29</sup>

Als Erstes haben die Autoren die einzelnen Händler gewichtet. So sticht beispielsweise die Internetseite Amazon mit ihren Verkehrszahlen deutlich heraus. Hierdurch wird ein einheitliches Maß erzielt, welches die Preise sowie die Anzahl der Internetaufrufe berücksichtigt. Die Ergebnisse legen nahe, dass die Preise im Internet niedriger sind als in herkömmlichen Geschäften. Durchschnittlich sind Bücher um 2,16 Dollar und CDs um 2,58 Dollar günstiger, was umgerechnet 15,5 und 16,1 Prozent entspricht. Jedoch sind in diesen Zahlen noch nicht eventuelle Steuern, Versandkosten und Kilometergebühren enthalten. Betrachtet man diese Kosten hinzugerechnet, ist das Internet immer noch günstiger. Der Preisvorteil ist jedoch auf 1,09 Dollar bei Büchern und 1,23 Dollar bei CDs gesunken. Ein weiterer Unterschied zwischen den Kanälen des onlinebasierten und physischen Einzelhandelsgeschäften ist die Möglichkeit zur Preisänderung. Die sogenannten Menükosten, die Kosten, die eine Preisänderung verursachen, sind für Onlineshops deutlich geringer. Um diese Hypothese zu stützen, wurden die Größe und Anzahl der Preisänderungen analysiert. Die kleinste Internetpreisänderung beträgt bei Büchern 0,05 Dollar und bei CDs 0,01 Dollar. Vergleichend hierzu ist die niedrigste Preisänderung bei physischen Einzelhändlern 0,35 Dollar bei Büchern und 1 Dollar bei CDs.<sup>30</sup> Die Anzahl der Preisänderungen im Internet ist bei Büchern und CDs deutlich höher als bei herkömmlichen Händlern. Durch die geringeren Menükosten reagieren die Onlinehändler mit vielen kleinen Preisänderungen auf Veränderungen am Markt. Die physischen Einzelhändler hingegen nehmen kaum Preisänderungen unter 1 Dollar vor, da dies im Hinblick auf die Menükosten keinen Nutzen mit sich bringen würde.<sup>31</sup>

Die beiden Autoren kommen zu dem Schluss, dass Internetanbieter niedrigere Preise für dieselben Produkte verlangen als herkömmliche Händler, unabhängig davon ob es sich um die alleinigen Preise oder die Preise inklusive Versandkosten handelt. Die geringeren Menükosten ermöglichen es Internethändlern, ihre Preise effizienter an strukturelle Marktveränderungen anzupassen. Durch den verstärkten Wettbewerb im Onlinemarkt besteht dort jedoch ein höherer Anreiz zur Preisänderung als im herkömmlichen Markt. Sie sagen außerdem voraus, dass bis zu

---

29 Vgl. Brynjolfsson, E./Smith, M. (1999) S. 1

30 Vgl. Brynjolfsson, E./Smith, M. (1999) S. 20-22

31 Vgl. Brynjolfsson, E./Smith, M. (1999) S. 34

dem Jahr 2010 ein Großteil der Bevölkerung Zugriff auf das Internet haben wird. Dies hat zur Folge, dass es für die herkömmlichen Händler zunehmend schwierig wird im Preiswettbewerb zu bestehen, wenn die Preisstreuungen zwischen diesen beiden Kanälen bestehen bleibt.<sup>32</sup>

## **2.10. „Price Dispersion then and now“ (2002)**

Patrick Scholtens und Adam Smiths untersuchten, ob das Internet zu wettbewerbsfähigen Einzelhandelsmärkten in physischer und elektronischer Form führt. Ihr Hauptaugenmerk in dem Artikel „Price Dispersion then and now: Evidence on retail and e-tail markets“ liegt auf der Frage, ob die Preisstreuung für homogene Produkte im Jahr 2000 größer oder geringer ist als im Jahr 1976. Die im Jahr 2000 durchgeführte empirische Preisbeobachtung von den Autoren wird mit einer Studie aus dem Jahr 1976 von Carlson und Pescatrice verglichen. Es muss sich hierbei um dieselben Produkte handeln, um einen Preisvergleich durchführen zu können. Um die Preisstreuung festzustellen, verwendeten die Autoren den Variationskoeffizienten. Dieser gilt als ein relatives Streuungsmaß.<sup>33</sup>

Die Daten für die physischen Einzelhandelsgeschäfte bestehen aus 136 Preisbeobachtungen für 20 verschiedene Produkte, welche in einem Zeitraum von 01.02.2000 bis 04.02.2000 erhoben wurden. Der durchschnittliche Nominalpreis der 20 Produkte ist im Verlauf der 24 Jahre von 30,95 Dollar auf 23,81 Dollar gesunken. Ein Blick auf die aufgeführten Daten zeigt jedoch, dass dies fast ausschließlich auf zwei Kameramodelle zurückzuführen ist. Denn durch den Fortschritt der Kamertechnologie ist der Preis für expensive Kameras beispielsweise um 190 Dollar gesunken. Bereinigt man den durchschnittlichen Nominalpreis von diesen Produkten, so kommt man im Jahr 1976 auf einen Durchschnittspreis von 2,44 Dollar und im Jahr 2000 auf 6,25 Dollar. Diese Preiserhöhung ist auf eine jährliche Inflationsrate von 4 Prozent zurückzuführen.<sup>34</sup>

Der durchschnittliche Variationskoeffizient für alle Produkte lag im Jahr 2000 bei 18,19 Prozent. Der Koeffizient besagt, wie hoch die Streuung um den Mittelwert ist und wird auch als relatives Streuungsmaß bezeichnet. Die kleinste gemessene Streuung betrug 1,63 Prozent, wohingegen die höchste Streuung 42 Prozent betrug. Vergleicht man hierzu das Jahr 1976 beträgt die durchschnittliche Abweichung für alle Produkte 13,25 Prozent. Der Variationskoeffizient lag zwischen 3,27 und 41,38 Prozent. Von den insgesamt 20 beobachteten Produkten hatten 12 im Jahr 2000 einen höheren Koeffizienten als 1976. Um dem „Gesetz des Preises“ zu entsprechen, benötigt ein Produkt ein Koeffizienten von null. Die von den Autoren aufgezeigten Ergebnisse legen dar, dass die Preise auf den Märkten sowohl 1976 als auch 2000 keinen Gleichgewichtspreis aufwiesen.

---

<sup>32</sup> Vgl. Brnyjolfsson, E./Smith, M. (1999) S. 29-30

<sup>33</sup> Vgl. Scholten, P./Smith, A. (2002) S. 64-65

<sup>34</sup> Vgl. Scholten, P./Smith, A. (2002) S. 66-70

Darüber hinaus ist die Preisstreuung in Einzelhandelsmärkten im Jahr 2000 mindestens so groß wie 1976.<sup>35</sup>

Der zweite zusammengestellte Datensatz soll die beobachtete Preisstreuung auf elektronischen Einzelhandelsmärkten im Jahr 2000 mit der 1976 von Carlson und Pescatrice durchgeführten Beobachtung vergleichen. Der Datensatz zu den elektronischen Preisen umfasst 70 Preisbeobachtungen für 11 verschiedene Produkte in einem Zeitraum von 01.02.2000 bis 04.02.2000. Dadurch, dass nicht alle Produkte im Internet angeboten werden, wurde in diesem Fall auf einige Produkte verzichtet. Die Beobachtung wurde aus praktischen Gründen über die Preisvergleichsplattform mySimon.com durchgeführt. Der durchschnittliche Nominalpreis aller Produkte, abzüglich der preisverzerrenden Kameras, stieg von 3,63 Dollar in 1976 auf 9,59 Dollar im Jahr 2000. Dies ist wieder auf eine jährliche Inflationsrate von 4 Prozent zurückzuführen. Die Anzahl der Anbieter eines Produktes ist in den 24 Jahren durchschnittlich von 8,36 auf 6,36 gefallen. Des Weiteren stechen zwei Preisveränderungen sehr aus dem Bild heraus. Männliche Verhütungsmittel kosten nur noch ein Fünftel ihres ursprünglichen Preises, sie sind von 6,58 Dollar auf 1,13 Dollar gefallen. Die beobachteten Preise für ein Deodorant sind von 2,74 Dollar in 1976, um fast die Hälfte, also auf 1,39 Dollar im Jahr 2000, gefallen.<sup>36</sup>

Die durchschnittliche Preisstreuung lag bei den elektronischen Einzelhandelsgeschäften 2000 bei 14,48 Prozent, verglichen mit nur 12,28 Prozent bei Einzelhandelsgeschäften im Jahr 1976. Nach Analyse der Daten kommen die Autoren zu dem Schluss, dass der durchschnittliche Variationskoeffizient im Jahr 2000 zwar höher, dafür aber die Anzahl an Anbieter gesunken ist. Im Jahr 1976 ergab sich eine Verteilung des Koeffizienten von mehr als 3 Prozent bis hin zu über 41 Prozent. Die elektronischen Märkte weisen hingegen lediglich eine Streuung zwischen circa 6 bis 28 Prozent auf.<sup>37</sup>

## **2.11. Zusammenfassung**

Es gibt die verschiedensten Ansätze, zur Erklärung des Preisphänomens. Damit ist die Preisstreuung bei homogenen Gütern gemeint, welche bereits von vielen Forschern, vor allem um die Jahrtausendwende, untersucht wurde. Fast alle empirischen Wirtschaftsforschungen sind nach der Analyse auf dasselbe Ergebnis gekommen: Homogene Güter werden von unterschiedlichen Einzelhandelsgeschäften zu unterschiedlichen Preisen angeboten. Hierzu wurden von den Autoren verschiedene Thesen zur Erklärung des Phänomens aufgelistet. Zum einen sind die Suchkosten der Grund für die Preisstreuung. Hiermit ist der Aufwand des Konsumenten gemeint, die einzelnen Preise zu vergleichen. Diese reduzieren sich jedoch mit der Nutzung des Internets enorm. Zum anderen wird mit der Heterogenität der Händler argumentiert. Obwohl das Produkt bei jedem Anbieter dasselbe ist, unterscheidet es sich doch von dem

---

<sup>35</sup> Vgl. Scholten, P./Smith, A. (2002) S. 72

<sup>36</sup> Vgl. Scholten, P./Smith, A. (2002) S. 70-71

<sup>37</sup> Vgl. Scholten, P./Smith, A. (2002) S. 74

anderen Produkt. Damit sind beispielsweise die räumliche Nähe, Kundenbindung, bessere Dienstleistungen oder sogenannte Treueaktionen verantwortlich.

### 3. Das Marktgleichgewicht

Das Marktgleichgewicht entsteht aus dem Zusammenspiel von Angebot und Nachfrage. Denn erst wenn ein Markt geräumt ist, entsteht der gewünschte Gleichgewichtspreis. Im folgenden Kapitel werden anfangs die Begrifflichkeiten „Markt“, „Angebot“ und „Nachfrage“ eingeführt. Anschließend wird in dem Unterkapitel Gleichgewichtspreis auf das Zusammenspiel von Angebot und Nachfrage, sowie deren Ergebnis dem markträumenden- /Gleichgewichtspreis eingegangen.

#### 3.1. Kernelemente eines Marktes

„Ein Markt ist eine Ansammlung von Käufern und Verkäufern, die durch ihre tatsächlichen oder potenziellen Interaktionen den Preis eines Produktes oder Produktsortiments bestimmen.“<sup>38</sup>

Um den Begriff Markt zu erklären und um zu verstehen wie dieser funktioniert, muss man ihn in einzelne wirtschaftliche Einheiten unterteilen. Zum einen gibt es die Käufer. Hierzu gehören die Konsumenten, welche Güter und Dienstleistungen kaufen und die Unternehmen, die Kapital, Arbeit und Rohstoffe kaufen, um produzieren zu können. Zum anderen gibt es die Verkäufer. Dies sind Unternehmen, welche ihre Güter und Dienstleistungen verkaufen, sowie der Arbeitnehmer, der seine Arbeitskraft gegen den Arbeitslohn verkauft. Einen Ort, an dem Käufer und Verkäufer aufeinandertreffen und gemeinsam interagieren, nennt man Markt.<sup>39</sup>

Als Beispiel hierfür kann die Computerbranche dienen. Hier treten in Form der Käufer gewerbliche Unternehmen, private Haushalte oder Studenten auf. Die Verkäufer sind große Technologieunternehmen wie Dell, Lenovo oder Apple. Ein weiteres wichtiges Merkmal eines Marktes ist, dass er mehrere Branchen umfasst. Eine Branche ist eine Ansammlung von verschiedenen Firmen, die dieselben oder sich ähnelnde Produkte verkaufen, wie beispielsweise die oben genannte Computerbranche.<sup>40</sup>

Ein weiteres sehr gutes Beispiel hierfür ist ein Wochenmarkt. Hier gibt es verschiedene Branchen wie zum Beispiel Obst-, Fleisch-, Gemüse-, Fisch- oder Eierverkäufer. Die einzelnen Käufer sind die Kunden, die ihren Wocheneinkauf erledigen wollen. Die Verkäufer betreiben den jeweiligen Stand und vertreiben ihre Waren.

Es gibt bei Märkten eine Unterscheidung zwischen Wettbewerbs- und Nichtwettbewerbsmärkten. Ein Wettbewerbsmarkt ist ein Markt mit einer hohen Anzahl von verschiedenen Käufern und Verkäufern, so dass keiner der beiden Parteien einen spürbaren Einfluss auf den Preis hat. Auf dem Kupfer-, Eisen- oder Zinnmarkt als Beispiel, kann man von einem vollständigen Wettbewerbsmarkt sprechen, da es hier eine Vielzahl von Produzenten und Konsumenten gibt. Märkte hingegen, auf denen keine große Anzahl an Produzenten vorhanden sind, werden als

---

38 Vgl. Pindyck, R./Rubinfeld, D. (2013) S. 32

39 Vgl. Pindyck, R./Rubinfeld, D. (2013) S. 32

40 Vgl. Pindyck, R./Rubinfeld, D. (2013) S. 32

Nichtwettbewerbsmärkte bezeichnet. Hier haben die wenigen Produzenten einen starken Einfluss auf den jeweiligen Preis.<sup>41</sup>

Um ein Gut an einem Markt erwerben zu können, müssen die Käufer einen Preis bezahlen, dieser wird auch Marktpreis genannt. Dies ist der Preis, der auf einem Wettbewerbsmarkt herrscht. Dieser Marktpreis ist für manche Güter öffentlich einsehbar, zum Beispiel kann man den Goldpreis jederzeit in dem Wirtschaftsteil der Zeitung nachschlagen.<sup>42</sup>

## **3.2. Angebot und Nachfrage**

In der Volkswirtschaftslehre spricht man weder von Käufern noch von Verkäufern. Die gängige Bezeichnung sind die Begriffe Angebot und Nachfrage. Sie gehören zu dem grundlegenden Instrumentarium der Volkswirtschaftslehre und helfen dabei, Preisänderungen zu erläutern. Zu dem Modell von Angebot und Nachfrage gehören die Angebotskurve und die Nachfragekurve.<sup>43</sup>

### **3.2.1. Angebot**

Das Angebot besagt, welche Menge eines bestimmten Gutes von dem Produzenten zum Verkauf an einem Markt angeboten wird und zu welchem Preis. Um dies genauer zu betrachten, bezieht man sich auf die Angebotskurve. Die Angebotskurve ist eine positiv geneigte Kurve. Deshalb kann man behaupten, dass ein höherer Preis Unternehmen dazu veranlasst mehr zu produzieren, damit sie einen höheren Gewinn erwirtschaften. In dem Kapitel 3.3. wird mittels einer grafischen Darstellung näher auf die Angebotskurve eingegangen.

Das Angebot oder auch die angebotene Menge sind nicht nur vom Preis abhängig. Bestimmte Variablen können ebenfalls entscheidende Einflussgrößen sein. Dies können Arbeitslöhne, Rohstoffpreise oder auch neue Technologien sein. Wenn die Rohstoffpreise zum Beispiel sinken, wird die Produktion kostengünstiger. Somit ist der erzielte Gewinn des Unternehmens, wenn der Preis konstant bleibt, höher. Im Umkehrschluss kann dies bedeuten, dass sich andere Unternehmen ermutigt fühlen in den Markt einzutreten, was das gesamte Angebot erhöhen würde.

Somit kann man davon ausgehen, dass Preisänderungen der angebotenen Menge eine Bewegung entlang der Angebotskurve zur Folge haben. Die Veränderung einer bestimmten Variablen hat hingegen die Verschiebung der Angebotskurve selbst zur Folge.<sup>44</sup>

---

41 Vgl. Pindyck, R./Rubinfeld, D. (2013) S. 33

42 Vgl. Pindyck, R./Rubinfeld, D. (2013) S. 33

43 Vgl. Pindyck, R./Rubinfeld, D. (2013) S. 51

44 Vgl. Pindyck, R./Rubinfeld, D. (2013) S. 51-52

### 3.2.2. Nachfrage

Die Nachfrage drückt aus, welche Menge eines bestimmten Gutes von den Konsumenten bei einem bestimmten Preis konsumiert wird. Die Nachfragekurve gibt die Veränderung des Kaufverhaltens der Konsumenten an. Das heißt welche Menge eines Gutes die Konsumenten konsumieren, wenn sich der Preis pro Einheit verändert. Die Nachfragekurve ist eine negativ geneigte Kurve. Dies sagt aus, dass die Konsumenten mehr Produkte kaufen würden, je niedriger der Preis ist. Die Nachfragekurve wird in dem Kapitel 3.3. mithilfe einer Grafik nochmals genauer erläutert.

Neben der Veränderung von Preisen gibt es weitere Einflussgrößen, die auf die Nachfrage einwirken. Ein wichtiger Faktor hierbei ist das Einkommen. Je höher das Einkommen ist, desto mehr Geld steht den Konsumenten zur Verfügung, um Güter zu kaufen. So können die Konsumenten eine höhere Menge, bei gleichbleibendem Preis, von einem Gut erwerben. Dies würde zu einer Verschiebung der Nachfragekurve führen.

Weitere Einflussgrößen auf die Nachfrage sind Substitutions- und Komplementärgüter. Wenn sich die Preise ähnlicher Güter verändern, kann dies ebenfalls die Nachfrage beeinflussen. Erhöht man den Preis von Gut A woraufhin die Nachfrage nach Gut B steigt, handelt es sich hierbei um ein Substitutionsgut. Dies kann man beispielsweise bei der Fleischindustrie sehen. Wenn der Preis von Rindfleisch sich erhöht, steigt die Nachfrage nach Schweine- oder Hühnerfleisch. Als weiteres Beispiel dient die Nudelindustrie. Würde sich der Preis der Nudelsorte Fusilli erhöhen, steige folglich die Nachfrage nach Cannelloni, Farfalle oder Spaghetti.

Man spricht von Komplementärgütern, wenn die Erhöhung des Preises eines Gutes zu einem Rückgang der Nachfrage eines anderen Gutes führt. Computer und deren Software sind ein Beispiel für Komplementärgüter. Fallen die Preise der Computer stark, so steigen die Verkaufszahlen der Softwarepakete. Ein anderes Beispiel sind Kraftstoff und Automobile. Wenn die Benzinpreise steigen, führt das zu einem Rückgang der Automobilkäufe.

Schlussfolgernd kann eine Verschiebung der Nachfragekurve auch eine Folge einer Preisveränderung eines Substitutions- oder Komplementärgutes sein. Des Weiteren kann es äußere Variablen, wie zum Beispiel die saisonale Veränderung des Wetters geben. Denn im Sommer sinkt die Nachfrage von Wintersportartikeln und im Winter sinkt die Nachfrage von Eis.<sup>45</sup>

---

<sup>45</sup> Vgl. Pindyck, R./Rubinfeld, D. (2013) S. 53-54

### 3.2.3. Zusammenfassung

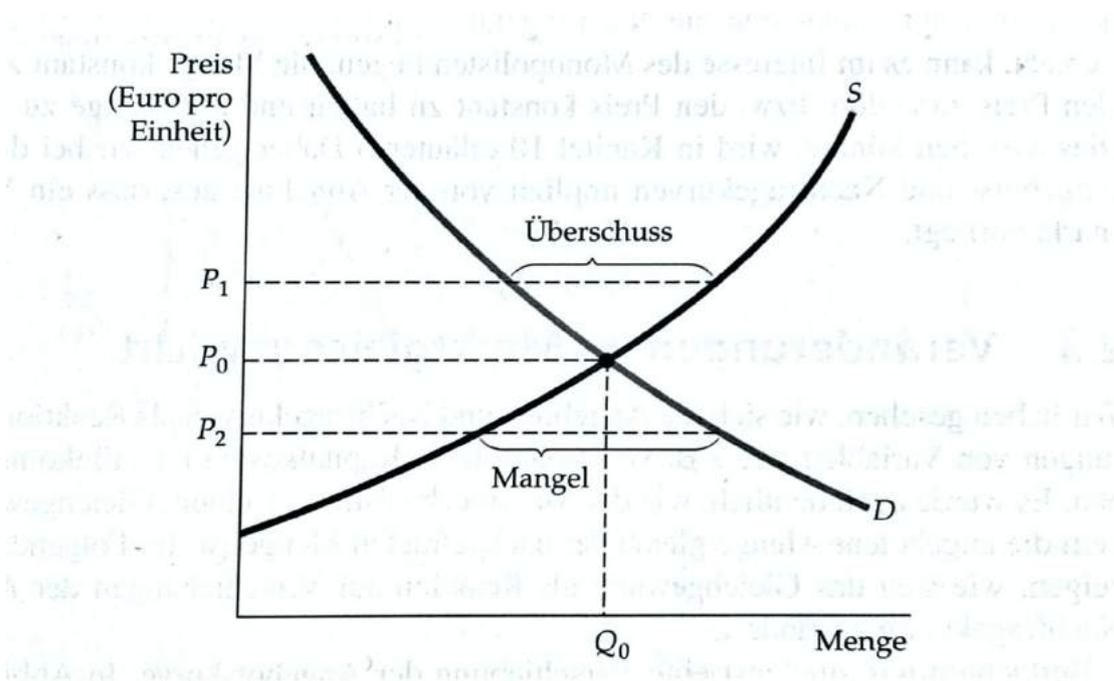
Die Begriffe Angebot und Nachfrage sind grundlegende Instrumente der Volkswirtschaftslehre. Das Angebot zeigt die Menge eines Gutes, welches vom Produzenten zum Verkauf angeboten wird und dessen Preis. Grafisch wird dies in der positiv geneigten Angebotskurve widergespiegelt, welche durch verschiedenste Einflussgrößen variabel gestaltet ist.

Die Nachfrage zeigt aus Sicht des Konsumenten, zu welchem Preis er wie viel von einem bestimmten Gut konsumiert. Die negativ geneigte Nachfragekurve wird ebenfalls durch verschiedene Variablen beeinflusst.

### 3.3. Gleichgewichtspreis

Werden die Angebotskurve und die Nachfragekurve grafisch dargestellt, dann haben diese einen gemeinsamen Schnittpunkt. Dieser Schnittpunkt besteht aus dem Gleichgewichts- oder markträumenden Preis und der entsprechenden Menge. Bei diesem Preis sind die angebotene und die nachgefragte Menge im Gleichgewicht, das heißt identisch. Jedoch herrscht nicht auf jedem Markt direkt ein Gleichgewichtspreis. Wenn Angebot und Nachfrage nicht übereinstimmen, kommt es zu einer Tendenz der Räumung eines Marktes. Dies bedeutet, dass Angebot und Nachfrage sich aneinander anpassen. Bei einem vollständig geräumten Markt hat jedes Angebot seine Nachfrage gefunden. Die folgende Grafik zeigt den beschriebenen Sachverhalt.<sup>46</sup>

Abbildung 3: Angebot und Nachfrage



Quelle: Pindyck R., Rubinfeld, D.(2013) S. 55

<sup>46</sup> Vgl. Pindyck, R./Rubinfeld, D. (2013) S. 54-55

Die in Abbildung 3 dargestellte Funktion  $S$  bezeichnet eine Angebotskurve, welche positiv geneigt ist. Die negativ ausgerichtete Nachfragekurve  $D$  ist ebenfalls zu sehen. Die  $y$ -Achse beschreibt den Preis in Euro pro Einheit und die  $x$ -Achse bezeichnet die angebotene Menge.

Der Schnittpunkt dieser beiden Kurven  $P_0/Q_0$  ist der Gleichgewichtspreis. Hier entspricht das Angebot der Nachfrage. In dieser Grafik steht das  $P$  für Preis und wird entlang der  $Y$ -Achse widergespiegelt. Die Menge wird in  $Q$  anhand der  $X$ -Achse ausgedrückt.  $P_1$  und  $P_2$  stehen für einen gestiegenen/gefallenen Preis.<sup>47</sup> Anhand dieser Grafik kann man die Tendenz für die Räumung von Märkten verstehen. Denn durch die Veränderung des Preises kommt es stets zu einer Anpassung von Angebot und Nachfrage.

Wenn die Preise beispielsweise über dem Gleichgewichtspreis bei  $P_1$  liegen, versuchen die Produzenten mehr Güter zu produzieren und zu verkaufen, da sie sich einen höheren Gewinn versprechen, als die Konsumenten bereit sind zu kaufen. Daraus entsteht der in der Abbildung 3 zu sehenden Überschuss. Es gibt mehr angebotene Waren als nachgefragte Güter. Somit beginnen die Verkäufer die Preise zu senken, um den Überschuss zu verkaufen. Folglich sinkt der Preis von  $P_1$  auf  $P_0$ , wodurch die nachgefragte Menge steigt.<sup>48</sup> Nun haben sich Angebot und Nachfrage einander angepasst und es bildet sich der Gleichgewichtspreis.

Liegt der Preis anfangs bei  $P_2$  hat dies eine gegenteilige Wirkung. Die nachgefragte Menge liegt über der angebotenen Menge, wodurch es zu einem Mangel oder auch Knappheit auf dem Markt kommt. Die Konsumenten können nun nicht die Mengen konsumieren wie sie es normalerweise getan hätten. Folglich versuchen die Nachfrager, sich im Preis gegenseitig zu überbieten. Dies registriert auch der Produzent, was dazu führt, dass er den Preis erhöht und seine Produktion ausweitet. Auch in diesem Beispiel wird der Preis letztendlich  $P_0$  erreichen.

Dieses oben beschriebene Modell der Angebots- und Nachfragekurven kann nicht auf jedem Markt angewendet werden. Es muss sich um einen kompetitiven Markt handeln. Hierbei handelt es sich um einen Markt, bei dem die Käufer und Verkäufer nur über eine geringe Marktmacht verfügen, das heißt, dass der Einzelne kaum fähig ist, den Marktpreis zu beeinflussen. Nimmt man stattdessen an, dass es zum Beispiel nur einen einzigen Produzenten für ein bestimmtes Gut gibt, den sogenannten Monopolisten, so kann dieser den Preis nach Belieben ändern und die Nachfrager müssen sich ihm anpassen. Deshalb funktioniert das Modell des Gleichgewichtspreises nur an Wettbewerbsmärkten.<sup>49</sup>

Im sechsten Kapitel dieser Arbeit wird vermehrt mit dem mathematischen Begriff der Standardabweichung gearbeitet. Diese gibt die Preisstreuung der Preise um den Mittelwert an. Liegt der Wert der Standardabweichung bei null, ist keine Preisstreuung vorhanden. Somit ist bildet sich ein Gleichgewichtspreis.

---

<sup>47</sup> Vgl. Abbildung 1

<sup>48</sup> Vgl. Pindyck, R./Rubinfeld, D. (2013) S.54-55

<sup>49</sup> Vgl. Pindyck, R./Rubinfeld, D. (2013) S. 55-56

### **3.4. Zusammenfassung**

Ein Markt ist ein Ort, an dem Angebot und Nachfrage aufeinandertreffen. Dadurch, dass Märkte dazu tendieren sich zu räumen, kommt es zu einer Anpassung der angebotenen und der nachgefragten Menge und es entsteht ein Gleichgewichtspreis. Voraussetzung ist, dass es sich um einen Wettbewerbsmarkt handelt. Denn an einem Nichtwettbewerbsmarkt haben einzelne Marktteilnehmer die Fähigkeit, den Marktpreis zu beeinflussen.

## 4. Von der Klassik zur Neoklassik

Das neoklassische Marktmodell baut auf dem klassischen Marktmodell auf. Die beiden Modelle werden durch die marginalistische Revolution voneinander abgegrenzt. Im Folgenden wird zuerst genauer auf das klassische Marktmodell eingegangen und anschließend wird das neoklassische Marktmodell hiervon abgegrenzt.

### 4.1. Klassik

Den Entwicklern der klassischen Markttheorie, vor allem Adam Smith in den Jahren um 1770, ist es zu verdanken, den freien Wettbewerb und seine Funktionsweise erklärt zu haben. Sein Hauptziel war es, der „unsichtbaren Hand“ auf die Spur zu kommen. Ihm ist es gelungen, durch das eigennützige Handeln der eigenen Geschäftsinteressen des Einzelnen eine unbeabsichtigte Anpassung des volkswirtschaftlichen Güterangebots an die Nachfrageinteressen der Gesamtbevölkerung nachzuweisen.<sup>50</sup>

Im Zentrum der klassischen Markttheorie steht der eigennützig handelnde Einzelne, welcher als Homo oeconomicus bezeichnet wird. Der Homo oeconomicus ist eine streng rational handelnde und denkende Person, die nüchtern und allwissend jederzeit die für sich beste Entscheidung, jenseits jeglicher Emotionen, trifft. Er möchte seinen eigenen Nutzen maximieren. Jegliche von ihm getroffenen Handlungen spiegeln stets das Optimum der Entscheidungsalternativen wider. Er achtet nicht auf seine Mitmenschen, sondern wählt stets die Alternative, die ihm den maximalen Nutzen bietet.<sup>51</sup> Dieses wirtschaftliche Individuum steht im Fokus der makroökonomisch orientierten klassischen Markttheorie.

Bezogen auf den Markt wird unterstellt, dass vollkommene flexible Preise, Löhne und Zinsen herrschen, sodass der Markt geräumt ist. Dies bedeutet, dass jedes Angebot seine Nachfrage findet. Hierdurch bildet sich nach jeder Veränderung ein neues Gleichgewicht. Dies gilt auch für den Arbeitsmarkt, denn es wird unterstellt, dass der Zustand der Arbeitslosigkeit von dem wirtschaftlichen Individuum ein frei gewählter Zustand ist.<sup>52</sup>

Laut Adam Smith bildet sich am Markt ein Gleichgewicht aus Angebot und Nachfrage. Die Erklärung dieser Aussage stützt sich auf folgendes Gedankenexperiment: Den Anfang hierfür bildet die Annahme eines Marktgeschehens, das durch eine effektiv gestiegene Nachfrage nach einem bestimmten Gut die Kapazität des Angebotes nicht mehr ausreicht und die Nachfrage nicht mehr befriedigt werden kann. Dies bedeutet, dass jeder der bereit ist den ursprünglichen Preis zu zahlen, seinen Kaufwunsch unter Umständen nicht erfüllt bekommt. Folglich wird es Konsumenten geben, die nicht auf das Gut verzichten können oder wollen und deshalb bereit

---

<sup>50</sup> Vgl. Bohnen, A. (1999) S. 14

<sup>51</sup> Vgl. Kurz, C. (2017) S. 9

<sup>52</sup> Vgl. Zeitler, G., <https://gerdzeitler.wordpress.com/kompodium-der-sozialoekologischen-oekonomik/>

sind, einen höheren Preis zu bezahlen. Dieser entstandene Wettbewerb zwischen den Käufern hat die Folge, dass der Preis steigt. Der gestiegene Preis ist für den Anbieter ein Zeichen dafür, dass er durch die Steigerung seiner Produktionskapazität einen höheren Absatz erzielen kann und folglich einen gestiegenen Gewinn erwirtschaften wird. Da der Anbieter nach der Definition des Homo oeconomicus lebt und seinen persönlichen Gewinn maximieren möchte, wird er dementsprechend handeln. Darauf basierend handelt der komplette Markt, womit aus dem ökonomischen Verhalten des Einzelnen eine Anpassung des volkswirtschaftlichen Güterangebots entsteht.<sup>53</sup>

Anhand dieses Gedankenexperiments wird aufgezeigt, dass in einer Marktwirtschaft einzelne unabhängig voneinander handelnde Marktteilnehmer eine Preisänderung an einem Markt bewirken können. Dies wird mit dem Wort Preismechanismus erklärt. Durch ihn, welcher auch von Adam Smith mit dem Synonym der „unsichtbaren Hand“ versehen wurde, passt sich die Produktionsstruktur der Nachfragestruktur an.<sup>54</sup>

## 4.2. Neoklassik

„Die Entstehung der Neoklassik wird meist mit dem Begriff „marginalistische Revolution“ bezeichnet. Dieser wird als die grundlegende Umwälzung des ökonomischen Denkens interpretiert, (...). Die wichtigsten Ideen der Neoklassik setzten sich nicht schlagartig, sondern in einem Zeitraum, der ungefähr von 1850 bis 1900 reicht, durch. Zudem verdrängen sie keineswegs die klassischen Ansätze, sondern ergänzen diese eher (...).“<sup>55</sup>

Die Neoklassik stimmt in vielen Punkten der Klassik zu und übernimmt auch viele ihrer Funktionen. Beide Theorien stellen den idealen wirtschaftlichen Akteur, den Homo oeconomicus, in den Mittelpunkt. Des Weiteren gehen beide Lehren auf die Metapher der „unsichtbaren Hand“ von Adam Smith ein. Zuletzt nutzen beide Denkschulen die Theorie der völlig flexiblen Preise, Löhne und Zinsen, welches geräumte Märkte zur Folge hat.<sup>56</sup>

Jedoch unterscheiden sich die Klassik und die Neoklassik in einem zentralen Punkt. Die Klassik unterstellt natürliche Preise, die sich aus Produktions- und Arbeitskosten ergeben. Die Neoklassik hingegen geht auf den Marktpreis ein. Dieser entsteht aus dem Zusammenspiel von Angebot und Nachfrage. Ein Gut wird somit in Bezug auf seinen Wert und Preis nicht mehr nach den objektiven Produktions- und Arbeitskosten, sowie dem Profit des Unternehmers bestimmt. In der Neoklassik wird auf den Nutzen für den Konsumenten eingegangen den sogenannten objektiven Nutzen.<sup>57</sup>

---

53 Vgl. Bohnen, A. (1999) S.15-16

54 Vgl. Felderer, B./ Homburg, S. (2005) S. 51

55 Söllner, F. (2014) S. 42

56 Vgl. Zeitler, G. <https://gerdzeitler.wordpress.com/kompendium-der-sozialoekologischen-oekonomik/>

57 Vgl. Zietler, G. <https://gerdzeitler.wordpress.com/kompendium-der-sozialoekologischen-oekonomik/>

Dies kann als Marginalismus bezeichnet werden. Hier wird davon ausgegangen, dass der Preis, den ein Nachfrager für ein bestimmtes Gut zu zahlen bereit ist, durch den Grenznutzen limitiert ist. Der Grenznutzen ist ein zusätzlicher Nutzen, der den Konsum eines zusätzlichen Gutes erhält.<sup>58</sup> Man kann somit sagen, dass die Betrachtung der Nachfragerseite an Bedeutung gewinnt, da auf den jeweiligen Nutzen eingegangen wird. Wenn der Konsument in einem Produkt keinen Nutzen sieht, wird er dieses auch nicht konsumieren. Genauer betrachtet kommt es in der Neoklassik zu einer Umorientierung der Angebotsseite (Klassik) zur Nachfragerseite (Neoklassik).<sup>59</sup>

Des Weiteren beschäftigt sich die klassische Markttheorie mit dem Verhalten ganzer Bevölkerungsgruppen wie Kapitalisten, Grundeigentümern oder Arbeitern und die Interaktion dieser miteinander. Die Klassik ist eine makroökonomisch angelegte Theorie, wohingegen die neoklassische Theorie als mikroökonomisch beschrieben werden kann. Sie betrachtet das Verhalten des Individuums.<sup>60</sup>

### **4.3. Zusammenfassung**

Basierend auf dem Kapitel 4.1 kann man festhalten, dass der Preismechanismus oder auch die „Unsichtbare Hand“ dazu führt, dass sich die Produktionsstruktur der Nachfragestruktur anpasst. Hierfür benötigt der Markt den Homo oeconomicus, den rational denkenden und handelnden Marktteilnehmer, der stets auf den eigenen maximalen Nutzen bedacht ist, sowie die geräumten Märkte. Die Kombination aus diesen Faktoren bilden die Grundpfeiler der klassischen Markttheorie.

Die Neoklassik stützt sich auf die Grundzüge der Klassik. Der wesentliche Unterschied ist jedoch, dass hier nicht von natürlichen Preisen ausgegangen wird, sondern von Marktpreisen. Diese entstehen durch das Aufeinander wirken von Angebot und Nachfrage. Es kommt zu der „marginalen Revolution“, welche von dem Begriff Nutzen dominiert wird.

---

<sup>58</sup> Vgl. Felderer, B./Homburg S. (2005) S.25-26

<sup>59</sup> Vgl. Felderer, B./Homburg S. (2005) S.25-27

<sup>60</sup> Vgl. Felderer, B./Homburg S. (2005) S.25

## 5. Empirische Studie

Zu Beginn des Kapitels wird erläutert, was eine Wirtschaftstheorie mit der empirischen Wirtschaftsforschung verbindet und welche Ziele sowie Vorgehensweisen die empirische Wirtschaftsforschung hervorbringt. Anschließend wird die Forschungsfrage „Ist der in der Neoklassik postulierte Gleichgewichtspreis in der empirischen Wirklichkeit tatsächlich zu betrachten?“ genauer vorgestellt, sowie der Beobachtungsplan, welcher in dieser wissenschaftlichen Arbeit durchgeführten empirischen Studie Anwendung findet.

### 5.1. Empirische Wirtschaftsforschung

„Im Wesentlichen sind Theorien sprachliche Gebilde (oft auch -teilweise- in der Sprache der Mathematik formuliert und/oder grafisch illustriert), mit denen Behauptungen formuliert werden, die sich bei einer (späteren) Überprüfung als richtig oder falsch zeigen können.“<sup>61</sup> Wissenschaftliche Erkenntnisse wurden in einer Theorie niedergeschrieben und anschließend die Richtigkeit der Theorie mit der empirischen Wirtschaftsforschung überprüft. Ein positives Ergebnis der empirischen Überprüfung führt zu einer erhöhten Akzeptanz oder auch Stärkung der jeweiligen Theorie. Ein negatives Ergebnis hingegen kann zu einer Abschwächung bis hin zur Modifikation der Theorie führen. Die Empirie grenzt richtige Aussagen von falschen Aussagen ab, in dem sie Theorien in der Wirklichkeit testet. Hierdurch lässt sich schlussfolgern, dass Theorien und Empirie sehr eng miteinander verbunden sind. Ohne die empirische Wirtschaftsforschung würden viele Theorien in der Wirklichkeit keine Anwendung finden.<sup>62</sup>

Die zentrale Aufgabe der empirischen Wirtschaftsforschung ist es, Aussagen über einen gewissen Zusammenhang in quantitativer oder qualitativer Natur zu treffen. Diese Aussagen basieren auf den Beobachtungen von realen wirtschaftlichen Aktivitäten. Abhängig auf welchen Zeitraum sich die Analyse bezieht, kann man drei verschiedene Zielsetzungen unterscheiden. Zum einen gibt es den Blick in die Vergangenheit. Hierbei geht es primär darum, angewandte theoretische Modelle zu beurteilen und ihre Entwicklungen zu beschreiben. Zum anderen gibt es die Beurteilung der aktuellen Lage. Hierzu wird die aktuelle wirtschaftliche Lage betrachtet und analysiert. Basierend auf diesen Erkenntnissen, werden Empfehlungen ausgesprochen oder sogar geeignete Maßnahmen vorgeschlagen. Die letzte Form der Zielsetzung der Empirie ist der Blick in die Zukunft. Es wird eine Prognose für die zukünftige wirtschaftliche Entwicklung abgegeben.<sup>63</sup>

Die Beantwortung wirtschaftlicher Fragen ist nicht alleine durch den Einsatz empirischer Verfahren möglich. Vielmehr ist hierfür ein starker wechselseitiger Bezug der empirischen Ergebnisse sowie der ökonomischen Theorie nötig.<sup>64</sup>

---

<sup>61</sup> Eisend, M./Kuß, A. (2017) S.28

<sup>62</sup> Vgl. Eisend, M./Kuß, A. (2017) S.27-29

<sup>63</sup> Vgl. Winkler, P. (2017) S. 3

<sup>64</sup> Vgl. Winkler, P. (2017) S. 4

Jede empirische Wirtschaftsforschung beginnt mit der Formulierung des Problems, aus dem sich das eigentliche Ziel der Forschung ableiten lässt. Im nächsten Schritt werden die Theorien erklärt und dargelegt. Anschließend wird ein Erhebungsplan vorgestellt, der die Details des Forschungsprojektes beinhaltet, wie zum Beispiel das Erhebungsverfahren, die Erhebungseinheiten und die Forschungsfrage. Nachfolgend findet die eigentliche Datenerhebung statt. Unter diesem Begriff versteht man die gezielte und systematische Aktivität zur Beschaffung von Informationen. Diese Informationen werden nachfolgend analysiert und interpretiert, damit sie im letzten Schritt in einem Forschungsbericht oder einer wissenschaftlichen Arbeit vorgestellt sowie veröffentlicht werden können.<sup>65</sup>

## 5.2. Forschungsfrage

In dieser wissenschaftlichen Arbeit wird folgende Forschungsfrage beantwortet: „Ist der in der Neoklassik postulierte Gleichgewichtspreis in der empirischen Wirklichkeit tatsächlich zu betrachten?“ In der Theorie der Neoklassik sowie der Definition des Gleichgewichtspreises reagieren Märkte auf Veränderungen des Angebotes oder der Nachfrage, und Preise desselben Gutes von verschiedenen Anbietern gleichen sich einander an. Die von Adam Smith beschriebene „Unsichtbare Hand“ führt zur Anpassung innerhalb der einzelnen Märkte. Die empirische Überprüfung dieser wissenschaftlichen Arbeit sammelt Daten und analysiert diese, um anschließend die aufgestellte Forschungsfrage beantworten zu können.

Die Daten, die gewonnen werden sollen, sind Preise in Einzelhandelsgeschäften. Denn laut der Theorie dürften die Preise für dasselbe Produkt in verschiedenen Geschäften nicht unterschiedlich hoch sein. Wenn zum Beispiel der Preis eines Schokoriegels in Geschäft A bei 1€ liegt, müsste derselbe Schokoriegel in Geschäft B auch 1€ kosten. Wenn jedoch der Schokoriegel in Geschäft B nicht 1€, sondern 2€ kostet, dürfte kein Kunde mehr das teurere Produkt in Geschäft B kaufen, da laut Theorie konsumieren die Nachfrager bei gleichartigen Produkten immer das günstigere konsumieren, da der Konsument rational handelt.

Um die aufgestellte Forschungsfrage zu überprüfen, werden von zuvor ausgewählten Produkten die Preise in verschiedenen Geschäften protokolliert und anschließend miteinander verglichen. So kann am Ende dieser Arbeit die Aussage getroffen werden, ob die Anbieter nach dem in der Neoklassik postulierten Gleichgewichtspreis handeln oder nicht. Es handelt sich hierbei um die zweite Zielsetzung der empirischen Wirtschaftsforschung, es wird eine Theorie anhand der aktuellen Wirtschaftslage beurteilt.

---

<sup>65</sup> Vgl. Albers, S./Klapper, D./Konrad, U./Walter, A./Wolf, J. (2009) S.49

### 5.3. Beobachtungsplan

In dieser wissenschaftlichen Arbeit erfolgt die Datenerhebung in Form einer standardisierten Beobachtung. In diesem Fall wird in der Literatur von einem Beobachtungsplan und nicht von einem Erhebungsplan gesprochen (vgl. Kapitel 5.1.) . Es liegt eine standardisierte Beobachtung vor, wenn der Vorgang der Beobachtung nach einem festen Ablaufschema erfolgt. Mithilfe des Beobachtungsplans kann ein Rahmen für die anstehende Datenerhebung geschaffen werden. Es wird vorab genau festgelegt, welche Informationen zu erheben sind, wann und wo die Beobachtung stattfindet und wie im Nachhinein das Resultat protokolliert werden soll.<sup>66</sup>

#### 5.3.1. Beobachtungsgegenstand

Im Rahmen der Datenerhebung muss festgelegt werden, was für Daten erhoben werden. Um die in dieser Arbeit gestellte Forschungsfrage beantworten zu können, werden die Preise homogener Güter in verschiedenen Einzelhandelsmärkten miteinander verglichen. Dieser Vorgang wird mit verschiedenen Produkten mehrmals wiederholt. Es handelt sich um ein homogenes Gut, wenn das Gut einheitlich und nicht differenzierbar ist. Die einzelnen Mengeneinheiten sind aus Sicht des Nachfragers vollkommen gleichartig und es liegen keine Präferenzen zu einem bestimmten Gut, zum Beispiel durch eine andere Farbe, vor.<sup>67</sup> Wenn man einen 50 Gramm Snickers Riegel betrachtet, hat dieses Produkt überall dieselbe Qualität. Genauso wie zum Beispiel bei einer 1 Liter Flasche Coca-Cola. Wenn man diese Produkte in den verschiedensten Einzelhandelsgeschäften miteinander vergleicht, haben sie in jedem Geschäft dieselben qualitativen Eigenschaften. Es handelt sich hierbei um homogene Güter.

Des Weiteren ist die Betrachtung auf physische Güter beschränkt, denn es können zum Beispiel keine Dienstleistungen betrachtet werden, da es sich um heterogene Güter handelt. Es gibt unterschiedliche Qualitäten, was den Anbietern einen Spielraum für eine autonome Preissetzung gibt.<sup>68</sup> Betrachtet man beispielsweise einen Friseurbesuch, so ist dieser immer unterschiedlich. Ein Haarschnitt im Friseurladen A hat nicht dieselbe Qualität wie der Haarschnitt im Friseurladen B. Deshalb handelt es sich bei Dienstleistungen um heterogene Güter, welche in der Betrachtung dieser wissenschaftlichen Arbeit nicht zum Tragen kommen.

---

<sup>66</sup> Vgl. Albers, S./Klapper, D./Konrad, U./Walter, A./Wolf, J. (2009) S.56

<sup>67</sup> Vgl. Kortmann, W. (2004) S. 277

<sup>68</sup> Vgl. Kortmann, W. (2004) S. 275

### 5.3.2. Beobachtungsdurchführung

Nachdem die homogenen Güter festgelegt wurden, muss die Beobachtung durchgeführt werden. Hierfür werden die Preise homogener Güter unterschiedlicher Branchen in verschiedenen Einzelhandelsgeschäften in einem Wirtschaftsraum, in diesem Fall Einbeck, protokolliert. Dieser Vorgang wird für verschiedene Güter unterschiedlicher Branchen mehrmals wiederholt. Handelt es sich nicht um einen Wirtschaftsraum, kommt es zwangsläufig zu Preisunterschieden. In Garmisch-Partenkirchen ist aufgrund des stetigem Tourismus das generelle Preisniveau zum Beispiel höher als im Landkreis Northeim. Auf Sylt sind die Preise für Güter wegen des Seetransports beispielsweise höher als in Einbeck. Um solche Unterschiede zu vermeiden, werden die Preise der Beobachtungsgegenstände nur in einem Wirtschaftsraum protokolliert.

Durch diese Eingrenzung kann ausgeschlossen werden, dass es sich bei der eventuellen Preisverschiebung nur um eine einzelne Produktparte handelt. Die zu vergleichenden homogenen Produkte werden in folgenden Einzelhandelsgeschäften miteinander verglichen: Marktkauf, Aldi, Lidl, Rewe, Netto, Trinkgut, Euronics, Expert, Getränkemarktkauf und verschiedene Tankstellen. Hierbei handelt es sich um Geschäfte, die in direkter Konkurrenz, für die entsprechend ausgewählten Güter, miteinander stehen. Dazu kommt noch eine Internetrecherche für die jeweiligen Produkte. Durch die fortschreitende Digitalisierung ist es heutzutage kein Problem mehr, den Wocheneinkauf online zu erledigen. In dieser Arbeit wurde die Untersuchung auf Produkte aus der Lebensmittel- und der Unterhaltungselektronikbranche begrenzt.

Wenn die Beobachtung letztendlich durchgeführt wird, müssen zwei wichtige Aspekte beachtet werden. Zum einen muss die Beobachtung an einem Tag stattfinden, denn die einzelnen Anbieter müssten laut Neoklassik auf die Preisänderungen der Konkurrenz direkt reagieren. Wenn das Geschäft A beispielsweise ein Sonderangebot für Schokoriegel hat, dann müsste Geschäft B hierauf reagieren, um konkurrenzfähig zu bleiben. Zum anderen muss die Beobachtung genauestens protokolliert werden. Von jedem einzelnen Preis für jedes Gut wird ein Foto angefertigt. Dieses Foto wird anschließend mit Geschäft, Datum und Produktart gekennzeichnet. Außerdem werden jegliche Preise in einem vorab angefertigten Beobachtungsbogen festgehalten, welcher anschließend gemeinsam mit den entsprechenden Fotos der Preise abgespeichert wird. Dieser Ordner kann letztendlich von jedem Dritten, der diese Arbeit liest, eingesehen werden, damit ein eindeutiger Beweis und eine Nachvollziehbarkeit der einzelnen Preise vorhanden ist. Die folgende Abbildung zeigt einen Beobachtungsbogen am Beispiel eines Schokoriegels. In der ersten Zeile wird das entsprechende homogene Gut, sowie das Datum der Beobachtung eingetragen. In der Spalte der Anbieter werden die einzelnen Anbieter aufgelistet, welche das Produkt verkaufen. In der dazugehörigen Preisspalte werden die Preise dokumentiert.

Abbildung 4: Beispiel eines Beobachtungsbogens

<b>Produkt:</b> Schokoriegel	<b>Datum:</b> 05.11.2020
<b>Anbieter</b>	<b>Preis</b>
Rewe	1,20€
Netto	1,19€
Lidl	1,30€
Shell	1,50€
Aral / Rewe to go	1,60€
Internetseite A	1,80€
Internetseite B	1,40€

*Quelle: Eigene Darstellung*

Nachdem die beobachteten Daten mittels des Beobachtungsbogens erfasst und abgespeichert wurden, werden sie im sechsten Kapitel dieser wissenschaftlichen Arbeit durch einen eigens angefertigten Analysebogen vorgestellt. Dieser Bogen, welcher in der folgenden Abbildung 5 zu sehen ist, zeigt alle relevanten Werte zu den vorgestellten Produkten. Der Bogen präsentiert die Anzahl der Anbieter, sowie den durchschnittlichen Preis des Produktes. Des Weiteren zeigt er den minimalen sowie den maximalen Preis für das homogene Gut. Aus der Differenz dieser beiden Werte ergibt sich die Spannweite, welche ebenfalls der Abbildung zu entnehmen ist. Der letzte angegebene Wert ist die Standardabweichung. Die Standardabweichung ist ein Begriff der Statistik, mit der man ermitteln kann, wie weit die Streuung der Werte um den Mittelwert ist. Sie gibt also die durchschnittliche Entfernung der einzelnen Preise vom Mittelwert an. In der folgenden Abbildung ist ein beispielhafter Analysebogen aufgeführt, welcher auf der Abbildung 4 basiert. Alle Werte in diesem sowie den später folgenden Analysebögen basieren auf den dazugehörigen Beobachtungsbögen und sind auf die zweite Nachkommastelle gerundet.

Abbildung 5: Beispiel Analysebogen Schokoriegel

<b>Produkt</b>	<b>Anzahl Anbieter</b>	<b>Minimaler Preis</b>	<b>Maximaler Preis</b>	<b>Durchschnittspreis</b>	<b>Preispanne</b>	<b>Standardabweichung</b>
<b>Schokoriegel</b>	7	1,19 €	1,80 €	1,43 €	0,61 €	0,21 €

*Quelle: Eigene Darstellung*

### **5.3.3. Zusammenfassung**

Bevor eine Beobachtung durchgeführt wird, muss diese geplant werden. Dies geschieht durch einen Beobachtungsplan. In der hier durchgeführten Beobachtung werden die verschiedenen Preise von homogenen Gütern in unterschiedlichen Einzelhandelsgeschäften dokumentiert und anschließend analysiert, damit mit dem anschließenden Resultat die Forschungsfrage beantwortet werden kann. Jegliche beobachteten Daten werden per Foto sowie mit einem vorab angefertigten Beobachtungsbogen festgehalten.

### **5.4. Zusammenfassung**

Wirtschaftstheorien und empirische Wirtschaftsforschung sind sehr eng miteinander verbunden. Denn eine Theorie ist nicht mehr als ein niedergeschriebenes Gedankenexperiment. Ob diese Theorie in der Wirklichkeit Anwendung findet, wird von der Empirie überprüft. In dieser wissenschaftlichen Arbeit wird anhand der Forschungsfrage „Ist der in der Neoklassik postulierte Gleichgewichtspreis in der empirischen Wirklichkeit tatsächlich zu betrachten?“ die Theorie der Neoklassik und des Gleichgewichtspreises durch eine empirische Wirtschaftsforschung überprüft. Dies geschieht, indem die Preise verschiedener homogene Güter in unterschiedlichen Einzelhandelsgeschäften protokolliert und anschließend analysiert werden.

## 6. Produkte

In diesem Kapitel wird die empirische Wirtschaftsforschung dieser wissenschaftlichen Arbeit vorgestellt. Es wurden die Preise von 10 unterschiedlichen homogenen Gütern bei verschiedenen Einzelhändlern im Internet und im Wirtschaftsraum Einbeck verglichen. Jegliche Händler vor Ort haben eine maximale Entfernung von drei Kilometern zueinander, wodurch keine Preisstreuung aufgrund eines räumlichen Vorteils entstehen kann. Die Preise aus dem Internet wurden mithilfe der Preisvergleichsseite „idealo“ gesucht und exklusive der Versandkosten angegeben. Da die Versandkosten bei Onlinehändlern teilweise sehr hoch sind, wird auf diese separat eingegangen. Die Ergebnisse der 209 verschiedenen Preisdaten werden mithilfe einer Analysetabelle, für jedes Produkt, vorgestellt und anschließend analysiert.

### 6.1. funny-frisch

Das erste Produkt der Beobachtung ist von der Marke funny-frisch. Hierbei handelt es sich um die Kartoffelchips der Sorte „Ungarisch“ aus der 175 Gramm Tüte. Die Preisdaten stammen von 12 verschiedenen Händlern, kommerzieller und digitaler Art. Die Beobachtung wurde am 24.10.2020 durchgeführt.

Tabelle 1: Analyse funny-frisch „Ungarisch“ 175 Gramm

Produkt	Anzahl Anbieter	Minimaler Preis	Maximaler Preis	Durchschnittspreis	Preispanne	Standardabweichung
Funny-Frisch	12	1,34 €	3,59 €	1,68 €	2,25 €	0,66 €

Quelle: Eigene Darstellung

Das Produkt wurde von sechs verschiedenen Händlern zum minimalen Preis in Höhe von 1,34 Euro angeboten. Der maximale Preis beträgt 3,59 Euro und liegt damit 2,25 Euro über dem Minimum. Dadurch liegt der Durchschnittspreis bei 1,68 Euro. Jegliche Preise aus dem Internet liegen mit 1,35, 1,36 und 1,82 Euro innerhalb der Standardabweichung von 0,66 Euro. Dies sind jedoch die bereinigten Preise für die Produkte der Onlineanbieter. Addiert man die Versandkosten zu den Produktpreisen hinzu, so erhält man ein verzerrtes Ergebnis. Die Preise der Internetanbieter steigen durch die Versandkosten um bis zu 460 Prozent. Durch den geringen Produktpreis von durchschnittlich 1,68 Euro haben die Versandkosten einen starken Einfluss auf den Endpreis. Der Durchschnittspreis würde auf 2,80 Euro und die Preisspanne auf 5,18 Euro ansteigen.

Betrachtet man die Preise der zwölf verschiedenen Anbieter ohne Versandkosten der Onlinehändler, so besteht für dasselbe Produkt der Marke funny-frisch eine durchschnittliche

Preisabweichung von dem Durchschnittspreis in Höhe von 0,66 Euro. Diese Daten lassen schlussfolgern, dass für dieses Produkt kein Gleichgewichtspreis entstanden ist. Denn für einen Gleichgewichtspreis dürfte es keine unterschiedlichen Preise geben.

## 6.2. Pringles

Bei dem nächsten beobachteten Produkt handelt es sich um Kartoffelchips der Sorte „Original“ von der Marke Pringles. Die Preise für die 200 Gramm Packung wurden bei 12 verschiedenen Anbietern vor Ort und digital am 24.10.2020 verglichen.

Tabelle 2: Analyse Pringles „Original“ 200 Gramm

Produkt	Anzahl Anbieter	Minimaler Preis	Maximaler Preis	Durchschnittspreis	Preispanne	Standardabweichung
Pringles	12	1,15 €	4,00 €	2,51 €	2,85 €	0,74 €

Quelle: Eigene Darstellung

Durch ein Preisangebot von 1,15 Euro ist der Mindestpreis bei dem Einzelhandelsgeschäft Netto 2,85 Euro unter dem Maximum. Bei der Tankstelle HEM ist die Dose Pringles mit 4,00 Euro am teuersten. Dieser Anbieter liegt 59 Prozent über dem Durchschnittspreis von 2,51 Euro. Die Standardabweichung von 0,74 Euro besagt, dass die Preise der Anbieter durchschnittlich 0,74 Euro um den Mittelwert gestreut sind. Betrachtet man in dieser Auswertung die Preise aus dem Internet und summiert diese mit den Versandkosten, so hat dies Auswirkungen auf die oben angegebenen Werte. Der Durchschnittspreis würde bei 4,12 Euro liegen und die Standardabweichung beispielsweise bei 2,48 Euro. Grund hierfür sind die hohen Versandkosten für das einzelne Produkt.

Betrachtet man die dargestellten Daten, ist auch hier der Gleichgewichtspreis nicht in Erscheinung getreten. Der Mindestpreis ist, bei den von den Versandkosten bereinigten Preisen, mit 1,15 Euro halb so teuer wie der Durchschnittspreis. Dies ist damit zu begründen, dass das Produkt bei dem Einzelhändler Netto im Angebot war. Nach der Preistheorie müssten jedoch die restlichen Anbieter ihre Preise dem Mindestpreis anpassen, um konkurrenzfähig bleiben zu können. Dies ist jedoch nicht passiert, was schlussfolgern lässt, dass die Theorie des Gleichgewichtspreises für dieses Produkt nicht zutrifft.

## 6.3. Géramont

Das nächste homogene Produkt dieser empirischen Wirtschaftsforschung ist der französische Weichkäse Géramont, in der „Classic“ 200 Gramm Version. Dieses Gut wurde am 24.10.2020 in sechs verschiedenen Einzelhandelsgeschäften beobachtet. In diesem Fall wurde der Weichkäse

nicht im Internet verglichen, da es sich um ein schnell verderbliches Lebensmittel handelt und die Vergleichsseite idealo keine Anbieter dieses Produktes listet.

Tabelle 3: Analyse Géramont „Classic“ 200 Gramm

Produkt	Anzahl Anbieter	Minimaler Preis	Maximaler Preis	Durchschnittspreis	Preispanne	Standardabweichung
Géramont	6	1,66 €	2,44 €	2,29 €	0,78 €	0,28 €

Quelle: Eigene Darstellung

Bei diesem Produkt wurde die bisher niedrigste Preisspanne von 0,78 Euro protokolliert. Der niedrigste Preis, welcher einem Angebot entstammt, beträgt 1,66 Euro und der Durchschnittspreis liegt bei 2,29 Euro. Der höchste Preis wurde in Höhe von 2,44 Euro bei dem Einzelhandelsgeschäft Rewe gemessen. Vier der sechs verschiedenen Anbieter haben einen identischen Preis von 2,41 Euro ausgewiesen. Obwohl zwei Drittel aller Preise identisch sind, liegt die Standardabweichung bei 0,28 Euro. Dies ist auf die hohe Preisspanne zurückzuführen, da das Einzelhandelsgeschäft Marktkauf mit ihrem Angebot 38 Prozent unter dem Durchschnittspreis liegt.

Dieses Produkt ist der Theorie eines Gleichgewichtspreises bisher am nahestehendsten. 66 Prozent aller Händler verzeichnen denselben Preis von 2,41 Euro. Dieses Ergebnis lässt sich auf zwei verschiedene Gründe zurückführen. Zum einen wird dieses Produkt aufgrund seiner Verderblichkeit nicht im Internet angeboten. Hierdurch wirken die Interpreise, welche bei Lebensmitteln stets höher sind, nicht auf die Statistiken ein. Zum anderen hat keine Tankstelle dieses Produkt angeboten. Diese örtlichen Anbieter sind in der gesamten empirischen Studie im Bereich der Lebensmittel für alle homogenen Güter die Anbieter mit den, mit Abstand, höchsten Preisen.

#### 6.4. Heineken

Das Bier der Marke Heineken wurde ebenfalls beobachtet. Insgesamt acht verschiedene Anbieter haben dieses Produkt in den regionalen Einzelhandelsgeschäften angeboten. Dazu kommen zwei Anbieter aus dem Internet. Bei dem am 24.10.2020 analysierten Produkt handelt es sich um Pilsener Bier der Marke Heineken aus der 0,33 Liter Glasflasche im Sechserträger mit einem Alkoholgehalt von 5 Volumenprozent.

Tabelle 4: Analyse Heineken Pils 6 x 0,33 Liter

Produkt	Anzahl Anbieter	Minimaler Preis	Maximaler Preis	Durchschnittspreis	Preisspanne	Standardabweichung
Heineken	10	4,85 €	10,26 €	6,00 €	5,41 €	1,67 €

Quelle: Eigene Darstellung

Betrachtet man die einzelnen Anbieter des Produktes, so kann man die Preise in drei Segmente aufteilen, die mit den jeweiligen Anbietern zusammenhängen. Am günstigsten sind die Einzelhandelsgeschäfte. Hier stammt vom Einzelhändler Netto mit 4,85 Euro der niedrigste Preis. Im mittleren Preissegment befinden sich, mit Preisen in Höhe von 5,99 und 6,99 Euro für den Sechserträger Bier, die Tankstellen. Am teuersten sind die Internetanbieter. Bei dem Anbieter DrinksoftheWorld ist beispielsweise mit einer Preisspanne von 5,41 Euro der maximale Preis von 10,26 Euro vermerkt. Dies ist darauf zurückzuführen, dass Bier aus der Glasflasche kein typisches Produkt zum digitalen Einkauf ist. Deshalb gibt es nur wenige Anbieter, die dementsprechend einen geringen Preiskampf im Internet haben, was hohe Preise zur Folge hat. Ein weiterer Grund ist, dass zum Beispiel DrinksoftheWorld nur einzelne Bierflaschen zum Kauf anbietet, welche für das Ergebnis mit dem Faktor sechs multipliziert wurden. Betrachtet man in diesem Fall die Preise der Onlinehändler inklusive der Versandkosten, so verzerren diese, wie in den vorherigen Beispielen wieder die Ergebnisse. Ein Sechserträger Heineken Bier von einem digitalen Händler inklusive der Versandkosten liegt bei mindestens 14,10 Euro und maximal bei 17,21 Euro. Dies würde die Preisspanne auf 12,36 Euro und die Standardabweichung um circa 150 Prozent erhöhen.

Anhand der geringen Anzahl von Anbietern und der hohen Preise im Internet kann man erkennen, dass Flaschenbier kein vorteilhaftes Produkt für den digitalen Einkauf ist. Alle Einzelhandelspreise sind um die Hälfte niedriger als die Internetpreise. Die große Preisstreuung mit der dazugehörigen Preisspanne von diesem homogenen Produkt belegt, dass es sich bei einem Sechserträger Heineken Flaschenbier um keinen Gleichgewichtspreis gebildet hat.

### 6.5. Milka Haselnuss

Ein weiteres homogenes Produkt der Beobachtung war eine „Milka“ Haselnusschokolade in der 100 Gramm Packung. Fünf örtliche und ein digitaler Einzelhändler boten dieses Produkt am 24.10.2020 an. Die geringe Anzahl an digitalen Anbietern ist darauf zurückzuführen, dass Massangebote, wie zum Beispiel ein Paket von zehn Tafeln Schokolade nicht beachtet wurden, da es sich hierbei um einen Preisvorteil aufgrund der hohen Stückzahl handelt. Dies hätte die gesammelten Ergebnisse beeinflusst.

Tabelle 5: Analyse Milka „Haselnussschokolade“ 100 Gramm

Produkt	Anzahl Anbieter	Minimaler Preis	Maximaler Preis	Durchschnittspreis	Preispanne	Standardabweichung
Milka	6	0,57 €	1,89 €	1,11 €	1,32 €	0,53 €

Quelle: Eigene Darstellung

In den Einzelhandelsgeschäften Marktkauf und Kaufland ist die Tafelschokolade für den niedrigsten Preis in diesem Wirtschaftsraum erhältlich. Diese beträgt 0,57 Euro und ist ein Angebot. Alle restlichen örtlichen Geschäfte befinden sich unter dem Durchschnittspreis von 1,11 Euro. Der Preis im Internet liegt mit 1,54 Euro, exklusive Versandkosten innerhalb der Standardabweichung. Diese beträgt 0,53 Euro, was bedeutet, dass jeder Händler mit seinem Preis durchschnittlich 0,53 Euro vom Mittelwert entfernt liegt. Mit einem Abstand von 1,32 Euro zum Mindestpreis verlangt der „Rewe to go“ bei der Tankstelle Aral mit 1,89 Euro den höchsten Preis für die Haselnussschokolade.

Betrachtet man in diesem Fall die Daten inklusive der Versandkosten, so kommt es zu einer starken Verschiebung der Werte. Die Internetseite Amazon verlangt für die 100 Gramm Milka Haselnussschokolade 1,54 Euro. Hinzu kommen 4,59 Euro für die Versandkosten. Somit liegt der digitale Preis inklusive Versandkosten 5,36 Euro über dem günstigsten Angebot, was einer Steigerung von 940,35 Prozent entspricht. Da in diesem Preisvergleich nur 6 Produkte verglichen wurden, wirkt sich ein hoher Preis stark auf die restlichen Werte aus. So würde die Standardabweichung, unter Berücksichtigung der Versandkosten, beispielsweise von 0,53 Euro auf 1,95 Euro steigen.

Abschließend kann man sagen, dass der empirische Preisvergleich für die Haselnussschokolade auf ein ähnliches Ergebnis kommt, wie die bereits bei Lebensmittel durchgeführten Vergleiche. Die ausgeprägte Preisstreuung widerlegt die Theorie eines Gleichgewichtspreises. Es fällt außerdem auf, dass die digitalen Preise inklusive der Versandkosten im Fall der Milka Haselschokolade nicht konkurrenzfähig sind.

## 6.6. Red Bull

Der gleichnamige Energiedrink des österreichischen Unternehmens Red Bull ist einer der berühmtesten und meistverkauftesten Energiedrinks. Dieses homogene Produkt in der 0,25 Liter Dose wurde bei 14 verschiedenen Anbietern am 24.10.2020 verglichen. Von den 14 verschiedene Anbietern sind sieben örtliche Einzelhändler, drei Tankstellen und vier digitale Einzelhändler.

Tabelle 6: Analyse Red Bull 0,25 Liter Dose

Produkt	Anzahl Anbieter	Minimaler Preis	Maximaler Preis	Durchschnittspreis	Preisspanne	Standardabweichung
<b>Red Bull</b>	14	0,85 €	2,79 €	1,52 €	1,94 €	0,68 €

Quelle: Eigene Darstellung

Der Energiedrink besitzt einen Durchschnittspreis von 1,52 Euro und einen minimalen Preis, welcher durch ein Angebot entstanden ist, bei dem Getränkegeschäft Trinkgut in Höhe von 0,85 Euro. Die Tankstelle HEM liegt mit dem maximalen Preis von 2,79 Euro mit einer Preisspanne von 1,94 Euro über dem minimalen Preis. Die Preise des Internets liegen zwischen 1,39 Euro und 2,19 Euro und verzeichnen eine Spannweite von 0,80 Euro, womit sie innerhalb der Standardabweichung liegen. Die sechs örtlichen Einzelhandelsgeschäfte bieten allesamt einen Preis an, der innerhalb der Standardabweichung liegt. Bei diesem Produkt liegen alle drei Tankstellen, die dieses Produkt anbieten, mit 2,49, 2,69 und 2,79 Euro über dem Wert der durchschnittlichen Preisstreuung und listen somit die teuersten Preise.

Addiert man jedoch die Versandkosten bei den digitalen Anbietern hinzu, so stellen diese nun den teuersten Preis. Der ursprünglich teuerste Internetpreis von 2,19 Euro, welcher innerhalb der durchschnittlichen Preisstreuung liegt, wird zum teuersten Preis mit 9,18 Euro. Unter Betrachtung der Versandkosten erhöhen sich, wie bei den vorherigen Produkten, die errechneten Werte enorm. Die Standardabweichung erhöht sich auf 2,86 Euro, die Preisspanne vervierfacht sich auf 8,33 Euro und der Durchschnittspreis verdoppelt sich auf 3,22 Euro.

Wie bereits bei den vorherigen Produkten kann man anhand der aufgeführten Daten sehen, dass auch bei dem Energiedrink Red Bull kein Gleichgewichtspreis zu erkennen ist. Die Preisspanne ist höher als der Durchschnittspreis von 1,52 Euro und durchschnittlich jeder Anbieter liegt mit seinem Preis 44,73 Prozent vom Mittelwert entfernt. Auch an diesem Beispiel kann man beobachten, dass das Internet kein geeigneter Ort ist, um sich einzelne Einheiten Lebensmittel nach Hause liefern zu lassen. Der Preis exklusive Versandkosten liegt innerhalb der Preisstreuung und ist ein zu vertretender Preis. Berücksichtigt man jedoch die Versandkosten, erhält man Preise, die nicht mehr konkurrenzfähig sind. Vergleicht man beispielsweise den günstigsten Preis von Trinkgut mit dem teuersten Internetpreis von der Seite BottleWorld so erhält man einen Preisunterschied von 980 Prozent.

## 6.7. Nintendo Switch

Neben der Sparte der Lebensmittel wurden auch Produkte der Unterhaltungselektronikbranche im Rahmen dieser empirischen Wirtschaftsforschung beobachtet. Eines dieser Produkte ist eine Nintendo Switch in den Farben neon-rot und neon-blau. Hierbei handelt es sich um eine portable Spielekonsole in der Version aus dem Jahr 2019 mit einer Speicherkapazität von 32 Gigabyte. Die komplette Beobachtung erfolgte am 31.10.2020 bei 37 verschiedenen Einzelhändlern. Diese können in 34 digitale und 3 örtliche Anbieter unterteilt werden.

Tabelle 7: Analyse Nintendo Switch

Produkt	Anzahl Anbieter	Minimaler Preis	Maximaler Preis	Durchschnittspreis	Preispanne	Standardabweichung
Nintendo	37	306,87 €	421,28 €	335,88 €	114,41 €	26,25 €

Quelle: Eigene Darstellung

Bei der Nintendo Switch handelt es sich um das teuerste Produkt dieser Beobachtung. Der Mindestpreis beläuft sich auf 306,87 Euro und wird bei dem Online Händler Technikdirekt angeboten. Mit einer Preisspanne in Höhe von 114,41 Euro ergibt sich der teuerste Preis von 421,28 Euro für dieses Produkt. Der Durchschnittspreis für die Spielekonsole liegt bei 335,88 Euro und die Standardabweichung beträgt 26,25 Euro. Setzt man die beiden Werte ins Verhältnis, so entspricht die durchschnittliche Preisstreuung für dieses Produkt 7,82 Prozent des Mittelwertes. Dies ist in dieser empirischen Wirtschaftsforschung die geringste Preisstreuung bei einem Produkt. Interessant ist, dass die Preise der örtlichen Einzelhändler im Vergleich zu den digitalen Preisen sehr konkurrenzfähig sind. Alle drei Preise liegen innerhalb der durchschnittlichen Preisstreuung und unterhalb des Mittelwertes. Der Preis von Euronics in Höhe von 317,77 Euro zum Beispiel ist der viert günstigste.

Unter Betrachtung der Versandkosten steigt der minimale Preis für die Spielekonsole auf 312,86 Euro. Der maximale Preis steigt ebenfalls an, auf 425,27 Euro. Die Preisspanne verringert sich auf 112,41 Euro. Dadurch, dass fast 92 Prozent der Händler digitale Anbieter sind, erhöht die Einberechnung der Versandkosten fast jeden einzelnen Preis. Hierdurch steigt der Durchschnittspreis ebenfalls auf 338,00 Euro an und die Standardabweichung erhöht sich geringfügig um 0,32 Euro auf 26,57 Euro. Dadurch stehen die örtlichen Händler mit ihren verhältnismäßig günstigen Preisen für dieses homogene Produkt noch besser da.

Da auch bei diesem Produkt der Wert der Standardabweichung nicht gleich Null ist, kann man in diesem Fall ebenfalls nicht von einem Gleichgewichtspreis sprechen. Es ist eine durchschnittliche Preisstreuung von 26,25 Euro beziehungsweise 26,57 Euro zu beobachten. In diesem besonderen Fall ist hervorzuheben, dass die örtlichen Anbieter sehr gut mit den Preisen der digitalen Konkurrenz konkurrieren können. Abschließend ist bei diesem Produktbeispiel

aufgefallen, dass eine hohe Anzahl an digitalen Anbietern zu einer deutlich geringeren Preisstreuung führen kann, als bei Produkten mit kleiner digitaler Konkurrenz wie zum Beispiel den Lebensmitteln. Ein Grund für die geringere Preisstreuung könnten die geringeren Suchkosten sein, da der Käufer des Produktes die Preise der meisten Anbieter ganz einfach durch eine Abfrage bei einer Preisvergleichsseite durchführen kann.

## 6.8. JBL Flip 5

Das nächste Produkt, welches im Rahmen dieser empirischen Wirtschaftsforschung untersucht wird, ist die JBL Flip 5. Hierbei handelt es sich um einen tragbaren wasserdichten Lautsprecher. Das am 31.10.2020 beobachtete Produkt wurde von 30 verschiedenen Einzelhandelsgeschäften angeboten, wovon drei örtliche Anbieter sind.

Tabelle 8: Analyse JBL Flip 5

Produkt	Anzahl Anbieter	Minimaler Preis	Maximaler Preis	Durchschnittspreis	Preisspanne	Standardabweichung
JBL	30	84,90 €	156,25 €	103,43 €	71,35 €	17,73 €

Quelle: Eigene Darstellung

Der minimale Preis für dieses Produkt beträgt 84,90 Euro und wird von der Internetseite Alternate angeboten. Mit einer Preisspanne von 71,35 Euro offeriert der Onlineanbieter Real.de mit 156,25 Euro den teuersten Preis. Der durchschnittliche Preis beträgt 103,43 Euro. Die Standardabweichung beträgt 17,73 Euro. Das bedeutet, dass die Preise eines zufällig ausgewählten Händlers durchschnittlich um diesem Wert vom Mittelwert abweichen.

Interessant ist, dass sich die Preise der drei örtlichen Anbieter sehr ähneln. Es wurde von zwei verschiedenen Anbietern derselbe Preis inseriert, was dazu führt, dass die Standardabweichung der örtlichen Händler mit 3,53 Euro im Verhältnis zu dem hohen Listenpreis für die örtlichen Anbieter sehr gering ist. Dies ist aber auf die sehr geringe Anzahl an Anbieter zurückzuführen, denn wenn 66 Prozent der Anbieter denselben Preis anbieten, führt dies automatisch zu einer geringen Standardabweichung.

Die oben angegebenen Preise sind, wie bisher üblich, exklusive der Versandkosten, da diese bei den Lebensmittelprodukten zu einer starken Verzerrung der Werte geführt haben. Addiert man bei den 27 digitalen Einzelhändlern die Versandkosten hinzu, so wird das günstigste Produkt nun von Amazon für 85,94 Euro angeboten. Der maximale Preis bleibt bei 156,25 Euro, was dazu führt, dass die Preisspanne auf 70,31 Euro sinkt. Die Standardabweichung würde geringfügig steigen, nämlich um 0,48 Euro auf 18,21 Euro. Dadurch, dass bei vielen Anbieter die Versandkosten den Preis steigern, erhöht sich der Durchschnittspreis auf 105,92 Euro.

Betrachtet man alle Preise der verschiedenen örtlichen und digitalen Anbieter sowie die aufgeführten Werte, so kommt man zu dem Schluss, dass eine Preisstreuung vorhanden ist. Die Standardabweichung beträgt nicht Null und gibt mit 17,73 Euro eine durchschnittliche Preisstreuung an, welche 17,14 Prozent des Durchschnittspreises entspricht. Eine Erklärung für die verhältnismäßig geringere Preisstreuung im Vergleich mit der Milka Haselnusschokolade ist beispielsweise, dass die höhere Anzahl an zusammenliegenden Preisen zu einer niedrigeren Standardabweichung führt. Damit ist zu erkennen, dass sich bei diesem Produkt kein Gleichgewichtspreis gebildet hat. Außerdem ist es nicht notwendig, dass man bei diesem Elektronikprodukt die Daten exklusive der Versandkosten angeben, da diese kaum Einfluss auf die Werte haben.

### 6.9. PlayStation 4 Controller

Im Folgenden werden die Ergebnisse für einen Spielcontroller vorgestellt. Es handelt sich dabei um einen Controller für die PlayStation 4 von dem Hersteller Sony. Genauer handelt es sich um einen „PS4 Wireless Dualshock Controller“ der zweiten Generation, kurz V2, in der Farbe schwarz. Dieses Produkt wurde von drei örtlichen Einzelhandelsgeschäften und 40 digitalen Händlern am 27.10.2020 angeboten. Der Grund für die deutlich höhere Anzahl an digitalen Anbietern ist, dass das Internet eine weitaus bessere Plattform für Technikprodukte im Vergleich zu Lebensmitteln ist.

Tabelle 9: Analyse PS4 Wireless Dualshock Controller, V2, Schwarz

Produkt	Anzahl Anbieter	Minimaler Preis	Maximaler Preis	Durchschnittspreis	Preispanne	Standardabweichung
<b>PS4 Controller</b>	43	48,98 €	76,31 €	58,72 €	27,33 €	5,21 €

Quelle: Eigene Darstellung

Der niedrigste Preis in Höhe von 48,98 Euro für den Controller ist bei den digitalen Anbietern LotusiCafe und Voelkner verzeichnet. Dieser Wert liegt circa 17 Prozent unter dem Durchschnittspreis, von 58,72 Euro. Die Preisspanne beträgt 27,33 Euro. Addiert man diesen Wert mit dem minimalen Preis, so erhält man 73,31 Euro, was den teuersten Preis für den Controller ergibt. Dieser Wert befindet sich 30 Prozent über dem Durchschnittspreis. Der Energiedrink Red Bull hat beispielsweise eine Spannweite vom Minimum zum Durchschnittspreis von 45 Prozent und vom Mittelwert zum Maximum eine Spannweite von 83 Prozent. Dieser Unterschied spiegelt sich auch in der Standardabweichung wider. Diese beträgt bei dem Controller 8,8 Prozent des Durchschnittspreises. Bleibt man bei dem Beispiel von Red Bull, beträgt der Prozentsatz der Standardabweichung in Bezug auf den Durchschnittspreis 44,7

Prozent. Dies lässt schlussfolgern, dass bei diesem Produkt eine geringere prozentuale Preisstreuung vorhanden ist als bei dem Beispiel des Energiedrinks.

Betrachtet man die Preise der Internetanbieter inklusive der Versandkosten, so ergeben sich keine Werteverchiebungen wie bei den bisher analysierten Lebensmittelprodukten. Der maximale Preis von dem Anbieter Easytronics erhöht sich auf 81,30 Euro. Der Durchschnittspreis steigt ebenfalls auf 61,25 Euro. Somit erhöht sich die Preisspanne um 5 Euro auf 32,32 Euro. Die Standardabweichung steigt um 0,25 Euro auf 5,46 Euro.

Abschließend lässt sich bei diesem Elektronikprodukt festhalten, dass auch hier für ein und dasselbe homogene Produkt von verschiedenen Anbietern verschiedene Preise gefordert wurden. Somit passt dieses Gut nicht in die Theorie der Neoklassik mit dem postulierten Gleichgewichtspreis. Jedoch ist hervorzuheben, dass bei dem PlayStation Controller eine niedrigere prozentuale Preisstreuung als bei einem Energiedrink gemessen wurde. Des Weiteren sind bei diesem Produkt die Internetpreise inklusive der Versandkosten nicht so ergebnisverzerrend wie bei anderen Produkten, beispielsweise aus der Lebensmittelbranche.

#### 6.10. Fifa 21

Bei dem nächsten Produkt handelt es sich um eine Spielesoftware vom Produzent Electronic Arts oder auch kurz EA genannt. Das Fußballspiel FIFA erscheint jedes Jahr mit einer neuen Version für jegliche Spielekonsolen auf dem Markt. Die neueste Version, welche im Oktober 2020 mit dem Titel „Fifa 21“ erschienen ist, wird im Folgenden für die PlayStation 4 untersucht. Da die Spielesoftware zum Großteil auch in digitaler Form verkauft wird, muss man erwähnen, dass es sich bei dem untersuchten Produkt um ein Hardcover mit CD handelt. Der Preisvergleich fand am 27.10.2020 in physischer Form im Wirtschaftsraum Einbeck sowie in digitaler Form statt. Insgesamt gab es für das Produkt 39 verschiedene Anbieter.

Tabelle 10: Analyse Fifa 21 für PS4, Hardcover

Produkt	Anzahl Anbieter	Minimaler Preis	Maximaler Preis	Durchschnittspreis	Preisspanne	Standardabweichung
<b>FIFA 21</b>	39	49,95 €	80,20 €	61,58 €	30,25 €	6,85 €

Quelle: Eigene Darstellung

Der Mittelwert der Preise aller 39 verschiedenen Anbieter liegt bei 61,85 Euro. Den minimalen Preis bietet der Internetanbieter NetGames mit 49,95 Euro an. Im Gegensatz hierzu ist das Produkt bei dem digitalen Anbieter Sediva mit 80,20 Euro am teuersten. Die Differenz zwischen Minimum und Maximum beträgt 30,25 Euro, was somit auch die Preisspanne ist. Von den 39 verschiedenen Anbieter sind nur 7,7 Prozent örtliche Einzelhändler. Ihre Preise sind im Vergleich

mit den restlichen digitalen Anbieter nicht die günstigsten aber auch nicht die teuersten, sie befinden sich alle innerhalb des Wertes der Standardabweichung von 6,85 Euro.

Als nächstes muss man jedoch einen Blick auf die Versandkosten werfen. Denn bei einem Großteil der bisher analysierten Produkte haben die Versandkosten die Werte des Preisvergleiches verzerrt. Addiert man die Versandkosten zu den gelisteten Preisen, so steigen fast alle Werte. Der Mindestpreis erhöht sich auf 53,85 Euro und der maximale Preis steigt um 3,99 Euro auf 84,19 Euro. Dadurch, dass sich der Mindestpreis ebenfalls erhöht hat, steigt die Preisspanne gering um 0,09 Euro auf 30,34 Euro und die Standardabweichung sinkt auf 6,63 Euro.

Bei der empirischen Beobachtung des PlayStation 4 Spiels Fifa 21 waren 36 der 39 Anbieter im Internet vertreten, wodurch sich in Anbetracht der Versandkosten eine Verschiebung der Werte ergeben sollte. Nach der Analyse der Preisdaten inklusive der Versandkosten ist aufgefallen, dass die Werte zwar gestiegen sind, aber im Vergleich hierzu die Standardabweichung gesunken ist. Dies ist darauf zurückzuführen, dass es sehr viele Internetanbieter zu diesem Produkt gibt, weshalb sich alle Preise verschieben und somit enger zusammenrücken, da die Anbieter im oberen Preisdrittel keine Versandkosten verlangen.

Abschließend kann bei diesem Produkt festgehalten werden, dass kein Gleichgewichtspreis zustande gekommen ist, weil die Standardabweichung nicht null ist und somit eine Preisstreuung vorhanden ist. Jedoch ist auch bei diesem Produkt, wie bei dem vorher untersuchten PlayStation 4 Controller, eine kleinere Preisstreuung vorhanden als bei den im Vorfeld untersuchten Lebensmittelprodukten.

### **6.11. Analyse der gesammelten Daten**

Die verglichenen Preise dieser empirischen Studie stammten aus zwei verschiedenen Branchen von Produkten. Zum einen die Lebensmittel, welche keine große Anzahl an digitalen Anbietern aufweisen konnten. Dies ist jedoch darauf zurückzuführen, dass es nicht lohnenswert ist, eine Tüte Kartoffelchips beispielsweise zu versenden. Zum anderen wurden Produkte aus der Unterhaltungselektronikbranche miteinander verglichen. Bei diesen Gütern gab es eine große Anzahl an digitalen Anbietern und nur vereinzelte örtliche Händler. Die Erklärung für die wenigen Anbieter vor Ort ist, dass ein Großteil der Einzelhändler, in dem untersuchten Wirtschaftsraum Einbeck, Lebensmittelgeschäfte sind und nur wenige Supermärkte Unterhaltungselektronik in ihrem Sortiment führen. Außerdem ist die Zahl an Elektronikmärkten in dem Wirtschaftsraum Einbeck begrenzt.

In der Analyse der beobachteten Daten ist aufgefallen, dass die Versandkosten der Internetanbieter einen erheblichen Einfluss auf die Ergebnisse der Datenauswertung der niedrigbepreisten Lebensmittelprodukte haben. Der Preis einer 0,25 Liter Dose Red Bull ist bei dem Internetanbieter MyGourmet24, mit Einberechnung der Versandkosten von dem bereinigten Preis von 1,19 Euro auf 6,09 Euro gestiegen, was einer Steigerung von 511,77 Prozent

entspricht. Dies ist auf die Verhältnismäßigkeit von Preis und Versandkosten zurückzuführen. Wenn ein Produkt einen niedrigen Preis hat, haben die Versandkosten einen viel höheren Einfluss auf diesen, als bei einem teureren Produkt. Bei einem PlayStation Controller zum Beispiel steigt der Preis bei dem Internetanbieter Expert, unter Einberechnung der Versandkosten von 53,79 auf 57,78 Euro. Dies entspricht einer Steigerung von circa 7 Prozent.

Vergleicht man den Wert der Standardabweichung der Lebensmittel mit den Elektronikprodukten, so ergeben sich zwei unterschiedliche Ergebnisse. Die Standardabweichung liegt bei den Lebensmitteln im Verhältnis zu dem Durchschnittspreis bei dem Großteil der Produkte, ausgenommen vom Weichkäse Gérardont, deutlich höher. Bei dem Energiedrink Red Bull entspricht die Abweichung 47 Prozent des Mittelwertes oder bei Pringles zum Beispiel 29 Prozent. Diese Werte können auf die hohe Preisstreuung durch die teuren Tankstellenpreise zurückgeführt werden. Wenn die Standardabweichungen bei den Elektronikprodukten mit dem Durchschnittspreis ins Verhältnis gesetzt werden, so erhält man Werte von 11 Prozent bei dem Spiel Fifa 21 und fast 9 Prozent bei dem Controller für die PlayStation 4. Diese niedrigeren Werte kann auf die hohe Anzahl von Anbietern zurückgeführt werden.

Eine mögliche Erklärung für die geringere Standardabweichung können die Suchkosten sein. Denn wie bereits viele Autoren in dem oben aufgeführten Literaturkapitel beschrieben haben, könnten diese Kosten ein möglicher Grund für die geringere Preisstreuung sein. Dadurch, dass es wenige örtliche Anbieter und sehr viele digitale Anbieter in dem Markt der Unterhaltungselektronikprodukte gibt, hat der Verbraucher geringere Suchkosten. Er ist eher bereit eine Preisvergleichsseite wie idealo.de für den Preisvergleich einer Musikbox zu verwenden, als bei dem Energiedrink Red Bull beispielsweise sieben verschiedene örtliche Anbieter zu besuchen und deren Preise zu vergleichen. Der Konsument hat durch die hohe Anzahl von digitalen Anbietern einen größeren Vorteil Preisvergleichsseiten zu nutzen, was für ihn persönlich eine starke Verminderung der Suchkosten mit sich führt. Dies wissen auch die verschiedenen Anbieter, weshalb diese ihre Preise ebenfalls mit der Konkurrenz vergleichen und anpassen. Somit kommt es durch die Verminderung der Suchkosten und der erhöhten Preisänderungsbereitschaft der Anbieter laut der Theorie der Suchkosten zu einer geringeren Standardabweichung.

Anhand der Ergebnisse dieser Wirtschaftsforschung kann man festhalten, dass sich die Spannweite der Preisstreuung mit zunehmender Zahl an Anbietern verringert. Je mehr Anbieter es für ein Produkt gibt, desto niedriger ist die Standardabweichung. Dieses Ergebnis stimmt mit den Ergebnissen von Baye, Morgan und Scholten aus dem Jahr 2004 überein (vgl. Kapitel 2.7). Eine mögliche Erklärung der sich ähnelnden Preise, welche zu einer niedrigeren Standardabweichung führen, sind die geringeren Suchkosten bei einer hohen Zahl an digitalen Anbietern. Dieses Ergebnis kristallisiert sich heraus, wenn die Standardabweichungen der Lebensmittelgüter mit der der Unterhaltungselektronikprodukte verglichen werden.

## **6.12.Zusammenfassung**

Betrachtet man alle gesammelten Daten, so stellt sich heraus, dass es bei keinem der homogenen Produkte zu einer Standardabweichung von Null kommt. Dies bedeutet folglich, dass es bei allen Produkten eine Preisstreuung gab und sich nirgends ein Gleichgewichtspreis gebildet hat. Des Weiteren war zu beobachten, dass sich die Preisstreuung mit einer steigenden Anzahl von Anbietern verringert, was eventuell auf sinkende Suchkosten zurückzuführen ist.

## 7. Fazit

Zu Beginn dieser wissenschaftlichen Arbeit wurde die Fragestellung aufgestellt, ob der in der Neoklassik postulierte Gleichgewichtspreis auch in der empirischen Wirklichkeit zu beobachten ist. Um diese Frage zu beantworten, wurde in Kapitel 2 Grundlagenrecherche betrieben, um den aktuellen Stand der Forschung darzustellen.

Viele verschiedene Forscher wie beispielsweise Scholtens, Smith, Adams, Salop oder Stiglitz haben empirische Wirtschaftsforschungen durchgeführt, um dem sogenannten „Gesetz des Preises“ auf die Spur zu kommen. Dieses besagt, dass es keine unterschiedlichen Preise für ein homogenes Gut gibt, sondern einen einheitlichen Gleichgewichtspreis. Doch nach vielen Untersuchungen kommen alle Autoren auf das Ergebnis, dass die verschiedenen Anbieter nicht denselben Preis für dasselbe Produkt verlangen. Die Theorie des Gleichgewichtspreises wurde durch die verschiedensten Untersuchungen angefochten. Als Hauptgrund hierfür werden die Suchkosten veranschlagt. Kosten, welche dem Konsumenten entstehen, indem er den Aufwand betreibt, Preise zu vergleichen. Außerdem wurde angeführt, dass der Fortschritt der Digitalisierung und die damit einhergehende Verbreitung des Internets die Preisstreuung der Güter verringern und somit einen Gleichgewichtspreis schaffen könnte.

Doch bevor in dieser wissenschaftlichen Arbeit eine empirische Wirtschaftsforschung durchgeführt und die analysierten Daten vorgestellt werden, müssen die Grundlagen des Forschungsthemas aufgearbeitet werden. Hierzu wurde das Thema der Bachelorarbeit „Empirische Untersuchung des neoklassischen Marktmodells anhand des Gleichgewichtspreises“ in einzelne Fachwörter aufgeteilt, die anschließend in den verschiedenen Unterkapiteln genauer betrachtet wurden.

Als erstes fiel das Augenmerk auf die Begriffe *Markt* und *Gleichgewichtspreis*. Ein Markt ist ein Ort, an dem Angebot und Nachfrage aufeinandertreffen. Betrachtet man beide Begriffe als Kurven in einem Koordinatensystem, treffen sich beide und erzeugen einen Schnittpunkt, wie in Abbildung 3 zu sehen ist. Die positiv geneigte Angebotskurve repräsentiert die Menge eines Gutes, welches ein Verkäufer zum Kauf anbietet. Die negativ geneigte Nachfragekurve zeigt hingegen, welche Menge eines bestimmten Gutes die Käufer zu welchem Preis erwerben wollen. Der Schnittpunkt dieser beiden Kurven ist der Gleichgewichtspreis, der auch markträumende Preis genannt wird. Bei diesem Preis sind die angebotene Menge und die nachgefragte Menge identisch.

Nachdem die grundlegenden Begrifflichkeiten der Volkswirtschaftslehre erklärt wurden, werden in dem folgenden Kapitel 4 die Unterschiede der Markttheorie der Klassik und der Neoklassik dargestellt. Laut der klassischen Markttheorie können einzelne unabhängig voneinander handelnde Marktteilnehmer eine Preisänderung an einem Markt bewirken. Dieser Vorgang wird nennt sich Preismechanismus. Die Klassik und die Neoklassik haben viele übereinstimmende Punkte. Jedoch unterscheiden sich die beiden Theorien. Die Klassik unterstellt natürliche Preise,

welche sich aus Arbeits- und Produktionskosten ergeben. Die Neoklassik hingegen unterstellt einen Marktpreis, welcher sich aus dem Zusammenspiel von Angebot und Nachfrage ergibt. Somit richtet sich der Standpunkt des Preises nicht mehr nach dem Anbieter, also den Unternehmen, sondern nach dem in der Neoklassik beschriebenen objektiven Nutzen, den Kundennutzen.

Nachdem nun die Klassik und die Neoklassik hinterleuchtet wurden, fehlt zur Komplettierung der Grundlagenkapitel noch der Begriff der empirischen Wirtschaftsforschung. Die Aufgabe einer empirischen Wirtschaftsforschung ist es, Aussagen quantitativer oder qualitativer Natur über eine gewisse Wirtschaftstheorie zum Beispiel zu treffen. Diese Aussagen basieren auf der Beobachtung von realen wirtschaftlichen Aktivitäten. In dieser wissenschaftlichen Arbeit werden Preise von homogenen Gütern von verschiedenen Anbietern miteinander mittels des Beobachtungsverfahrens verglichen. Homogene Güter sind Produkte, die bei jedem Anbieter komplett gleichartig sind, zum Beispiel ein 50 Gramm Riegel Snickers. Die Beobachtung findet in dem Wirtschaftsraum Einbeck statt, wird für jedes Produkt am selben Datum durchgeführt und umfasst sowohl örtliche, als auch digitale Anbieter.

Bei der in dieser Arbeit durchgeführten Wirtschaftsforschung wurden Produkte aus zwei verschiedenen Branchen analysiert. Zum einen wurden die Preise von Lebensmitteln, wie zum Beispiel funny-frisch Chips oder der Energiedrink Red Bull beobachtet. Zum anderen richtete sich die Untersuchung auf Produkte der Unterhaltungselektronikbranche, wie beispielsweise dem Fußballspiel FIFA 21 oder auch einer Musikbox, der JBL Flip 5. Diese beiden Branchen wurden bewusst gewählt, da bei den Elektronikprodukten potentiell viel mehr digitale Anbieter vertreten sind. Nachdem die 209 Preise der zehn verschiedenen homogenen Produkte analysiert wurden, kommt diese empirische Untersuchung zu dem Schluss, dass sich für keines der Güter ein Gleichgewichtspreis gebildet hat.

Nach der Behandlung der Grundlagen und der Vorstellung des Beobachtungsplans in Kapitel 5.3. kann man auf die in der Einleitung gestellte Forschungsfrage zurückkommen, ob der in der Neoklassik postulierte Gleichgewichtspreis auch in der empirischen Wirklichkeit gegeben ist. Nachdem die gesammelten Daten analysiert wurden, kommt man zu dem Schluss, dass in der empirischen Wirklichkeit kein Gleichgewichtspreis zu finden ist. Jedes der zehn verschiedenen Produkte verzeichnet eine Preisstreuung. Die Spannweiten der einzelnen durchschnittlichen Preisstreuungen im Verhältnis zu dem Durchschnittspreis liegen zwischen 7,82 Prozent bei der Nintendo Switch und 44,73 Prozent bei der Dose Red Bull. Auffallend ist jedoch, dass fast alle Standardabweichungen der Elektronikprodukte niedriger sind als die der Lebensmittel.

Eine mögliche Erklärung für die Verneinung der Forschungsfrage ist, dass die Suchkosten für die Preisstreuung verantwortlich sind. Denn der Kunde hat einen großen Aufwand bei einem Lebensmittelprodukt die einzelnen Einzelhandelsgeschäfte zu besuchen, um die Preise zu vergleichen. Bei Produkten, wie der Unterhaltungselektronik, welche zum Großteil digital angeboten werden, muss man lediglich eine Preisvergleichsseite im Internet aufrufen und den

Artikelnamen eingeben. Anschließend wählt man den günstigsten Anbieter aus und bestellt das Produkt. Somit sind diese Suchkosten in diesem Fall deutlich geringer, was auch an einer niedrigen Standardabweichung ersichtlich ist.

Anhand dieser empirischen Ergebnisse ist erkennbar, dass sich auf dem aktuellen Markt noch kein Gleichgewichtspreis gebildet hat. Dies wird jedoch in ferner Zukunft eventuell möglich, wenn die Digitalisierung voranschreitet und es mehr digitale Anbieter gibt. Durch die aufgeführten Ergebnisse sieht man, dass eine hohe Anzahl an Anbietern zu einer kleineren Preisstreuung führen. Vergleicht man die hier aufgeführten Werte mit denen aus früheren Studien, wie zum Beispiel den Artikeln von Brown und Goolsbee oder den Werken der drei Autoren Baye, Morgan und Scholten, so kommt diese Untersuchung auf eine ähnliche abschließende Meinung, dass ein Gleichgewichtspreis in Zukunft möglich ist. Hierfür werden jedoch deutlich mehr digitale Anbieter für dieselben Produkte benötigt. Ein erhöhter Konkurrenzkampf der örtlichen, sowie der digitalen Einzelhändler, fördert die Bildung eines Gleichgewichtspreises.

## Literaturverzeichnis

- Aalto-Setälä V. (2003):** Explaining Price Dispersion for Homogeneous Grocery Products in *Journal of Agricultural & Food Industrial Organization*, 2003, Heft 1 Nr. 1, S. 1-16
- Albers, S., Klapper, D., Konrad, U., Walter, A., Wolf, J. (2009):** Methodik der empirischen Forschung, 3. Aufl., Wiesbaden 2009
- Baye M., Morgen J., Scholten P. (2002):** Persistent Price Dispersion in Online Markets in *The new Economy*, 2006
- Baye M., Morgen J., Scholten P. (2004):** Price Dispersion in the Small and in the Large: Evidence from an Internet Price Comparison Site in *The Journal of Industrial Economics*, 2004, Heft 52 Nr. 4, S. 463-496
- Bohnen, A. (1999):** Handlungsprinzipien oder Systemgesetze, 1. Aufl., Tübingen 1999
- Brown J., Goolsbee A. (2000):** Does the Internet Make Markets More Competitive? Evidence from the Life Insurance Industry in *Journal of Political Economy*, 2002, Heft 110 Nr. 3, S. 481-507
- Brynjolfsson E., Smith M. (1999):** Frictionless Commerce? A comparison of Internet and Conventional Retailers in *Management Science*, 2000, Heft 46 Nr. 4, S. 563-585
- Eisend, M., Kuß, A. (2017):** Grundlagen empirischer Forschung, 1. Aufl., u.a. Frankfurt 2017
- Felderer, B./ Homburg, S. (2005):** Makroökonomik und neue Makroökonomik, 9. Aufl., Köln 2005
- Hong H., Shum M. (2002):** Using price distributions to estimate search costs in *The Rand Journal of Economics*, 2006, Heft 37 Nr. 2, S. 257-275
- Kortmann, W. (2004):** Mikroökonomik – Methodik – Aufgaben – Begriffe, 1. Auflage, Oldenburg 2004
- Kurz, C. (2017):** Menschliche Verhalten, Kapitalmarktanomalien und ihre Ausnutzung durch kombinierte Momentum- und Trendfolgestrategien, 123. Band, Hamburg 2017
- Pindyck, R./ Rubinfeld, D. (2013):** Mikroökonomie, 8. Auflage, u.a. München 2013
- Pratt J., Wise D., Zeckhauser R. (1979):** Price differences in competitive Markets in *The Quarterly Journal of Economics*, 1979, Heft 93 Nr. 2, S. 189-211
- Salop S., Stiglitz S. (1977):** Bargains and Ripoffs: A Model of Monopolistically Competitive Price Dispersion in *The Review of Economic Studies*, 1977, Heft 44 Nr. 3, S. 493-510
- Scholten P., Smith A. (2002):** Price dispersion then and now: Evidence from retail and e-tail markets in *The Economics of the Internet and E-Commerce*, Heft 11, S. 63-88
- Söllner, F. (2014):** Die Geschichte des ökonomischen Denkens, 4. Aufl., Ilmenau 2014
- Sorensen A. T. (2000):** Equilibrium Price Dispersion in Retail Markets for Prescription Drugs in *Journal of Political Economy*, 2000, Heft 108 Nr. 4, S. 833-862
- Winkler, P. (2017):** Empirische Wirtschaftsforschung und Ökonometrie, 4. Aufl., Gießen 2017

**Zeitler, G.:** Klassische und Neoklassische Lehre <https://gerdzeitler.wordpress.com/kompendium-der-sozialoekologischen-oekonomik/> vom 18.10.2020

## Anhang

### 1. Beobachtungsbogen Funny Frisch

<b>Produkt:</b> Funny Frisch Ungarisch 175 Gramm	<b>Datum:</b> 24.10.2020	
<b>Anbieter</b>	<b>Preis in Euro</b> <b>Exklusive Versandkosten</b>	<b>Preis in Euro</b> <b>Inklusive Versandkosten</b>
Rewe	1,34	1,34
Netto	1,34	1,34
Lidl	1,34	1,34
Marktkauf	1,34	1,34
Shell	3,59	3,59
Aral / Rewe to go	2,49	2,49
Aldi	1,34	1,34
Kaufland	1,34	1,34
Trinkgut	1,46	1,46
Büroshop24 (I)	1,35	5,24
Rossmann (I)	1,36	6,31
BöttcherAG (I)	1,82	6,46

### 2. Beobachtungsbogen Pringles

<b>Produkt:</b> Pringles Original 200g	<b>Datum:</b> 24.10.2020	
<b>Anbieter</b>	<b>Preis in Euro</b> <b>Exklusive Versandkosten</b>	<b>Preis in Euro</b> <b>Inklusive Versandkosten</b>
Rewe	2,54	2,54
Netto	1,15	1,15
Marktkauf	2,51	2,51
Aral / Rewe to go	3,19	3,19
Aldi	1,34	1,34
Hem	4,00	4,00
Kaufland	2,51	2,51
Trinkgut	2,54	2,54
BüroShop24 (I)	2,24	6,13
WorldofSweets.de (I)	2,25	8,24
Rossmann (I)	2,25	7,20
Amazon (I)	3,20	8,10

### 3. Beobachtungsbogen Géramont

<b>Produkt:</b> Geramont Classic 60% 200g	<b>Datum:</b> 24.10.2020	
<b>Anbieter</b>	<b>Preis in Euro</b> <b>Exklusive Versandkosten</b>	<b>Preis in Euro</b> <b>Inklusive Versandkosten</b>
Rewe	2,44	2,44
Netto	2,41	2,41
Lidl	2,41	2,41
Marktkauf	1,66	1,66
Aldi	2,41	2,41
Kaufland	2,41	2,41

### 4. Beobachtungsbogen Heineken

<b>Produkt:</b> Heineken 6x0,33L Flasche	<b>Datum:</b> 24.10.2020	
<b>Anbieter</b>	<b>Preis in Euro</b> <b>Exklusive Versandkosten</b>	<b>Preis in Euro</b> <b>Inklusive Versandkosten</b>
Rewe	4,99	4,99
Netto	4,85	4,85
Getränke Marktkauf	4,86	4,86
Marktkauf	4,86	4,86
Shell	5,99	5,99
Aral / Rewe to go	6,99	6,99
Kaufland	4,86	4,86
Trinkgut	5,05	5,05
Drinks oft he World (I)	1,71 pro Flasche 6 x 1,71=10,26	17,21
Amazon (I)	7,30	14,10

5. Beobachtungsbogen Milka Haselnuss

<b>Produkt:</b> Milka Schokolade 100 Gramm Haselnuss	<b>Datum:</b> 24.10.2020	
<b>Anbieter</b>	<b>Preis in Euro</b> <b>Exklusive Versandkosten</b>	<b>Preis in Euro</b> <b>Inklusive Versandkosten</b>
Rewe	1,05	1,05
Netto	1,06	1,06
Marktkauf	0,57	0,57
Aral / Rewe to go	1,89	1,89
Kaufland	0,57	0,57
Amazon (Internet)	1,54	6,13

6. Beobachtungsbogen Red Bull

<b>Produkt:</b> RedBull 0,25L	<b>Datum:</b> 24.10.2020	
<b>Anbieter</b>	<b>Preis</b> <b>Exklusive Versandkosten</b>	<b>Preis in Euro</b> <b>Inklusive Versandkosten</b>
Rewe	0,92	0,92
Lidl	1,05	1,05
Getränke Marktkauf	1,06	1,06
Marktkauf	1,05	1,05
Shell	2,69	2,69
Aral / Rewe to go	2,49	2,49
Aldi	1,05	1,05
Hem	2,79	2,79
Kaufland	1,05	1,05
Trinkgut	0,85	0,85
MyGourmet24 (I)	1,19	6,09
DieWeinstraße (I)	1,39	7,38
WorldofSweets (I)	1,45	7,44
BottleWorld (I)	2,19	9,18

7. Beobachtungsbogen Nintendo Switch

<b>Produkt:</b> Nintendo Switch Neon-rot / Neon-blau	<b>Datum:</b> 31.10.2020	
<b>Anbieter</b>	<b>Preis in Euro</b> <b>Exklusive Versandkosten</b>	<b>Preis in Euro</b> <b>Inklusive Versandkosten</b>
Marktkauf	321,67	321,67
Euronics	317,77	317,77
Expert	329,99	329,99
Technikdirekt (I)	306,87	312,86
Ebay (I)	313,00	318,99
X-kom (I)	313,90	313,90
Billiger.de (I)	317,77	317,77
Amazon.de (I)	317,77	317,77
Euronics (I)	317,77	322,63
Alza.de (I)	317,90	322,89
Saturn.de (I)	318,88	318,88
Proshop (I)	319,00	324,49
Alternate (I)	319,00	325,79
Expert (I)	319,00	319,00
Otto (I)	319,00	324,95
Lidl (I)	319,13	323,96
Maingau (I)	320,00	320,00
Hitseller (I)	320,71	320,71
Galaxus (I)	323,76	323,76
ComputerUniverse (I)	324,00	329,80
Cyberport (I)	329,00	329,00
K&O (I)	329,99	329,99
Real.de	332,00	332,00
LotusiCafe (I)	334,88	334,88
SMDV (I)	343,60	343,60
Digitalo (I)	343,60	343,60
Voelkner (I)	343,60	343,60
VersandKoenning (I)	344,24	344,24
Jacob (I)	345,38	345,38
CSV direct.de (I)	345,59	345,59
Future X (I)	347,99	347,99
One Telecom (I)	349,00	359,99
Yakodo (I)	358,00	362,90
PriceGuard (I)	379,90	379,90
Mandrops (I)	393,83	397,82
Ejoker.de (I)	408,94	412,93
Sediva (I)	421,28	425,27

8. Beobachtungsbogen JBL Flip 5

<b>Produkt:</b> JBL Flip 5	<b>Datum:</b> 31.10.2020	
<b>Anbieter</b>	<b>Preis in Euro</b>	
	<b>Exklusive Versandkosten</b>	<b>Inklusive Versandkosten</b>
Marktkauf	97,47	97,47
Euronics	97,47	97,47
Expert	89,99	89,99
Alternate (I)	84,90	91,69
Otto (I)	85,94	91,89
Amazon.de (I)	85,94	85,94
Galaxus (I)	86,05	86,05
Electronic4you (I)	87,83	87,83
Expert (I)	87,99	91,98
Cyberport (I)	88,90	88,90
Euronics (I)	89,00	93,86
Conrad (I)	95,00	95,00
Computer Universe (I)	96,90	102,70
Mp3player.de (I)	97,47	102,37
Medimax (I)	97,47	101,42
Jacob (I)	100,24	100,24
Eoffice24 (I)	100,97	100,97
Deltatec (I)	102,49	102,49
FutureX	102,59	102,59
Koenning (I)	103,30	103,30
Yakodo (I)	104,00	108,90
Proshop (I)	106,56	112,05
EP (I)	107,22	111,17
Cwmobile.de	109,49	109,49
TechnikGross (I)	113,71	118,61
Sediva (I)	118,26	122,25
Easytronics (I)	128,18	133,17
Officept.com (I)	129,29	136,24
Druckerboerse24 (I)	151,95	155,38
Real.de	156,25	156,25

9. Beobachtungsbogen PlayStation 4 Controller

<b>Produkt:</b> PS4 Controller	<b>Datum:</b> 27.10.2020	
<b>Anbieter</b>	<b>Preis in Euro</b> <b>Exklusive Versandkosten</b>	<b>Preis in Euro</b> <b>Inklusive Versandkosten</b>
Marktkauf	58,48	58,48
Euronics	66,27	66,27
Expert	59,99	59,99
LotusiCafe (I)	48,98	51,97
Voelkner (I)	48,98	48,98
NetGames (I)	49,95	53,85
Cyberport (I)	52,90	57,76
Billiger.de (I)	52,99	52,99
Euronics (I)	52,99	57,85
Maingau (I)	53,50	53,50
Hitseller (I)	53,59	58,49
Expert (I)	53,79	57,78
Lidl (I)	53,89	58,72
Galaxus (I)	54,28	54,28
Amazon Marketplace (I)	54,90	54,90
ComputerUniverse (I)	56,90	62,70
Technik direkt (I)	56,99	62,98
SMDV (I)	57,10	63,09
Digitalo (I)	57,10	62,09
Proshop (I)	58,48	63,97
ARLT (I)	58,48	65,47
BERLET (I)	58,48	63,31
Alza.de	58,90	63,89
Okluge.de (I)	58,95	62,85
One (I)	59,90	62,89
Reichelt (I)	59,95	65,75
BoomStore (I)	59,96	59,96
Bücher.de (I)	59,99	59,99
Electronic4you (I)	59,99	59,99
Smyths (I)	59,99	59,99
Saturn (I)	60,00	60,00
Otto (I)	60,00	65,95
Real.de (I)	60,26	60,26
FutureX (I)	60,59	60,59
Yakodo (I)	61,00	65,90
Versandkoenning.de (I)	61,46	61,46
Jacob (I)	61,92	61,92
PriceGuard (I)	62,90	62,90
TechnikGross (I)	64,51	69,41

Flodoo.de (I)	64,99	64,99
Cwmobile.de (I)	65,49	65,49
Noebook.de (I)	69,00	69,00
Easytronics (I)	76,31	81,30

10. Beobachtungsbogen Fifa 21

<b>Produkt:</b> FIFA 21 PS4	<b>Datum:</b> 27.10.2020	
<b>Anbieter</b>	<b>Preis in Euro</b> <b>Exklusive Versandkosten</b>	<b>Preis in Euro</b> <b>Inklusive Versandkosten</b>
Marktkauf	64,99	64,99
Euronics	57,90	57,90
Expert	55,00	55,00
NetGames (I)	49,95	53,85
Medialand4You (I)	53,99	60,98
Daddelshop (I)	54,99	59,99
ExpertTechnoMarkt (I)	55,00	60,99
LotusiCafe (I)	55,00	57,99
Expert(I)	55,00	58,99
Coolshop (I)	55,50	55,50
Amazon (I)	55,54	55,54
ComputerUniverse (I)	57,90	63,70
Cyberport (I)	57,90	62,76
Euronics (I)	57,90	59,84
Hitseller.de (I)	57,90	57,90
Cosse (I)	57,90	57,90
Billiger.de (I)	58,49	58,49
Digitalo (I)	58,56	63,55
Voelkner (I)	59,46	59,46
Proshop (I)	59,93	65,94
SMDV (I)	59,95	65,94
Saturn (I)	59,99	59,99
MediaMarkt (I)	59,99	59,99
Smyths (I)	59,99	59,99
Lidl (I)	59,99	64,82
Conrad (I)	59,99	59,99
Otto (I)	59,99	65,94
Real.de (I)	62,42	62,42
Jacob (I)	63,90	63,90
Alternate (I)	63,90	63,90
Thalia (I)	64,99	64,99
Amazon Marketplace (I)	69,99	69,99
Heim&Büro (I)	71,62	71,62
Tease-solutions (I)	72,54	72,54
Yakodo (I)	73,00	77,90

Jacob (I)	73,06	73,06
GameWorld (I)	73,29	73,29
PriceGuard (I)	73,90	73,90
Sediva (I)	80,20	84,19

SONY

# DUALSHOCK®4 Wireless Controller



DUALSHOCK 4 draadloze controller  
 DUALSHOCK 4 Wireless-Controller  
 Controller wireless DUALSHOCK 4  
 Manette sans fil DUALSHOCK 4  
 Bezdrátový ovladač DUALSHOCK 4  
 DUALSHOCK 4 vezeték nélküli vezérlő  
 Kontroler bezprzewodowy DUALSHOCK 4

Jet Black  
Onyxswart  
Czerni

## DUALSHOCK 4 Wireless



**Sony PS4 Zubehör**  
**PS4 Wireless DualShock Controller**  
 • Farben: Blau, Rot und Schwarz  
 • Micro USB Kabel inbegriffen  
 • Per Akku aufladbar  
 • Drahtlose Verbindung mit Konsole

0211719814153



# 66,27

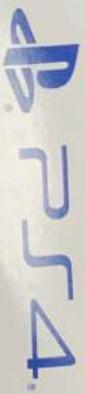
## DUALSHOCK 4 Wireless Controller



PlayStation Plus  
 Erweitere dein PlayStation-  
 Erlebnis - mit PlayStation Plus  
 12-MONATIGE  
 MITGLIEDSCHAFT

18

SONY



# DUALSHOCK®4 Wireless Controller



SONY PS4 WIRELESS CONTROLLER BLACK-NEU  
113 99167 744 04201008  
59,99 €  
504577  
D 711719 870051D

DUALSHOCK 4 draadloze controller

DUALSHOCK 4 Wireless-Controller

Controller wireless DUALSHOCK 4

Manette sans fil DUALSHOCK 4

Bezdrátový ovladač DUALSHOCK 4

DUALSHOCK 4 vezeték nélküli vezérlő

Kontroler bezprzewodowy DUALSHOCK 4

Jet Black  
Ornykovaia Czerni

SONY.

PS4

# DUALSHOCK®4 Wireless Controller



PS4 Dualshock Controller V2 sw

**58,48**

S   
0 711719 870050  
5191022 1005 29.06.20

DUALSHOCK.4 draadloze controller  
DUALSHOCK.4 Wireless-Controller  
controller wireless DUALSHOCK.4  
manette sans fil DUALSHOCK.4  
drátový ovladač DUALSHOCK.4  
SHOCK.4 vezeték nélküli vezérlő  
ver bezprzewodowy DUALSHOCK.4

Konix i-Box the Gaming headset

**24,36**

  
5191022 1005 29.06.20

KONIX

GAMING HEADSET

## Preisvergleich

Inkl. Versandkosten  Sofort lieferbar  Ohne Rücksendekosten

**Sony DualShock 4 V2 - Jet Black - NEU & OVP**

**48,98 €**

[51,97 € inkl. Versand](#)

- **Pünktliche Lieferung:**  
Lieferzeit: 1-3 Werkta-  
ge



**Zum Kauf**  
über **idealo**

**PS4 Sony Dualshock 4 Wirel.Contr schwarz**

**48,98 €**

48,98 € inkl. Versand

**Günstigster Gesamtpreis**

Rechnung   
 Vorkasse

- Auf Lager, Lieferzeit 1-2 Werktage  
DHL
- Rücksendung 14 Tage kostenfrei

**voelkner**

★★★★★

11.181 Meinungen

**Zum Shop**

**Controller Wireless, DualShock 4, jet black, V2, Sony - PS4**

**49,95 €**

53,85 € inkl. Versand

Lastschrift Vorkasse

- auf Lager, Lieferzeit 1-3 Tage  
DHL

**NETGAMES**

★★★★★

487 Meinungen

**Zum Shop**

**Sony Dualshock 4 (2016) Wireless Controller jet black für PS4**

**52,90 €**

[57,76 € inkl. Versand](#)

57,76 € inkl. Versand

Rechnung   
   
Vorkasse

- **Pünktliche Lieferung:**  
Sofort lieferbar, Liefer-  
zeit 2-4 Werktage  
DHL DPD
- Rücksendung 30 Tage kostenfrei

**cyberport**

★★★★★

22.228 Meinungen

**Zum Kauf**  
oder

**Zum Shop**

**PlayStation 4 Wireless Controller Black**

**52,99 €**

[52,99 € inkl. Versand](#)

52,99 € inkl. Versand

Rechnung   
Lastschrift Vorkasse

- auf Lager, Lieferzeit 1-3 Werktage
- Rücksendung 30 Tage kostenfrei

**BRUNNEN**

★★★★★

23 Meinungen

**Zum Kauf**  
oder

**Zum Shop**

**Sony Wireless DualShock  
Controller V.2 Controller  
schwarz Euronics Deutsch-  
land**

**52,99 €**

57,85 € inkl. Versand



- 1-3 Werktage  
DHL DPD Spedition  
Hermes



Zum Shop

**Sony Playstation PS4  
Controller Dual Shock  
wireless black V2**

**53,50 €**

53,50 € inkl. Versand



- 2 Tage  
DHL



Zum Shop

**Sony PS-4 DualShock 4 Wire-  
less-Controller schwarz  
(GLO676403031)**

**53,59 €**

58,49 € inkl. Versand



- 1 - 3 Werktage  
DPD  
German Express Logistics
- Rücksendung 30 Tage  
kostenfrei



Zum Shop

**Dualshock 4 Wireless  
schwarz Playstation  
Controller**

**53,79 €**

57,78 € inkl. Versand



- Lieferzeit 2 - 5 Werkta-  
ge  
DHL Hermes DPD  
GLS
- Rücksendung 14 Tage  
kostenfrei



Zum Shop

**SONY DUALSHOCK 4 Wire-  
less-Controller Jet Black v2**

**53,89 €**

58,72 € inkl. Versand



- 3 Tage  
DHL
- Rücksendung 90 Tage  
kostenfrei



Zum Shop

**Sony PS4 Dualshock 4  
Wireless Controller**

**54,28 €**

54,28 € inkl. Versand



- Auf Lager, 1-2 Werkta-  
ge
- Rücksendung 30 Tage  
kostenfrei



Zum Shop

<p><b>PlayStation 4 - DualShock 4 Wireless Controller, Schwarz</b></p>	<p><b>54,90 €</b> 54,90 € inkl. Versand</p> <p>Rechnung AMERICAN EXPRESS VISA Lastschrift</p>	<p>• Auf Lager.</p>	<p><b>amazon.de</b> Marketplace</p> <p>★★★★★</p> <p>FatBat - Hohe Qualität und niedriger Preis! 503 Meinungen</p> <p>Zum Shop</p>
<p><b>Sony Dualshock 4 Wireless Controller v2 schwarz (PS4)</b></p>	<p><b>56,90 €</b> 62,70 € inkl. Versand</p> <p>PayPal AMERICAN EXPRESS VISA Lastschrift Vorkasse amazon pay</p>	<p>• Sofort lieferbar, Lieferzeit 1-3 Werktage DHL Spedition</p> <p>• Rücksendung 14 Tage kostenfrei</p>	<p><b>computer universe</b></p> <p>★★★★★</p> <p>22.701 Meinungen</p> <p>Zum Shop</p>
<p><b>Sony Playstation PS4 Controller Dual Shock wireless black V2</b></p>	<p><b>56,99 €</b> 62,98 € inkl. Versand 62,98 € inkl. Versand</p> <p>PayPal VISA Vorkasse</p>	<p>• <b>Pünktliche Lieferung:</b> Lieferzeit 2-5 Werktage DHL DPD Spedition</p>	<p><b>TECHNIK direkt</b> Service, Trends, Capaxen</p> <p>★★★★★</p> <p>3.959 Meinungen</p> <p>Zum Kauf</p> <p>oder</p> <p>Zum Shop</p>
<p><b>Sony Dualshock 4 V2 Gamepad PlayStation 4 Schwarz</b></p>	<p><b>57,10 €</b> 63,09 € inkl. Versand 63,09 € inkl. Versand</p> <p>PayPal Rechnung VISA Vorkasse amazon pay</p>	<p>• <b>Pünktliche Lieferung:</b> Do. 29.10.–Fr. 30.10. DHL</p> <p>• Rücksendung 30 Tage kostenfrei</p>	<p><b>SMDV</b></p> <p>★★★★★</p> <p>1.378 Meinungen</p> <p>Zum Kauf</p> <p>oder</p> <p>Zum Shop</p>
<p><b>Sony Dualshock 4 V2 Gamepad PlayStation 4 Schwarz</b></p>	<p><b>57,10 €</b> 62,09 € inkl. Versand 62,09 € inkl. Versand</p> <p>PayPal Rechnung VISA Vorkasse amazon pay</p>	<p>• <b>Pünktliche Lieferung:</b> Do. 29.10.–Fr. 30.10. DHL</p> <p>• Rücksendung 30 Tage kostenfrei</p>	<p><b>digitalo</b></p> <p>★★★★★</p> <p>5.214 Meinungen</p> <p>Zum Kauf</p> <p>oder</p> <p>Zum Shop</p>
<p><b>Sony Playstation 4 Dualshock v2 - Black - Gamepad - Sony PlayStation 4</b></p>	<p><b>58,48 €</b> 63,97 € inkl. Versand 63,97 € inkl. Versand</p> <p>PayPal Rechnung VISA Vorkasse</p>	<p>• Sofort Lieferbar, 1 - 4 Werktage DPD</p>	<p><b>PROSHOP</b></p> <p>★★★★★</p> <p>3.951 Meinungen</p> <p>Zum Kauf</p> <p>oder</p> <p>Zum Shop</p>

<p><b>Sony DualShock 4 2.0</b> <b>Controller wireless - schwarz</b></p>	<p><b>58,48 €</b></p> <p>🛒 <b>65,47 € inkl. Versand</b></p> <p>65,47 € inkl. Versand</p>	<p>PayPal</p> <p>VISA</p> <p>Nachnah... Vorkasse</p> <p>Mastercard Sofort amazon pay</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• auf Lager, Lieferzeit 1-3 Werktage DHL UPS</li> <li>• Rücksendung 14 Tage kostenfrei</li> </ul>	<p><b>ARLT</b> COMPUTER</p> <p>★★★★★</p> <p>52 Meinungen</p>	<p> <b>Zum Kauf</b></p> <p>oder</p> <p><b>Zum Shop</b></p>
<p><b>Sony PS4 Wireless</b> <b>DualShock Controller V.2</b> <b>(Schwarz)</b></p>	<p><b>58,48 €</b></p> <p>🛒 <b>63,31 € inkl. Versand</b></p> <p>63,31 € inkl. Versand</p>	<p>PayPal</p> <p>VISA</p> <p>Vorkasse</p> <p>Mastercard Sofort amazon pay AMERICAN EXPRESS</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Auf Lager - Lieferung in 1-2 Werktagen DHL Spedition</li> <li>• Rücksendung 14 Tage kostenfrei</li> </ul>	<p><b>BERLET</b> Technik</p> <p>★★★★★</p> <p>2.754 Meinungen</p>	<p> <b>Zum Kauf</b></p> <p>oder</p> <p><b>Zum Shop</b></p>
<p><b>Sony PS4 Dualshock 4 V2 -</b> <b>Schwarz</b></p>	<p><b>58,90 €</b></p> <p>63,89 € inkl. Versand</p>	<p>PayPal</p> <p>VISA</p> <p>Vorkasse</p> <p>Mastercard</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lieferung in 2 Tagen GLS</li> </ul>	<p><b>alza.de</b></p> <p>★★★★★</p> <p>908 Meinungen</p>	<p><b>Zum Shop</b></p>
<p><b>Sony Playstation PS4</b> <b>Controller Dual Shock</b> <b>wireless black V2</b></p>	<p><b>58,95 €</b></p> <p>🛒 <b>62,85 € inkl. Versand</b></p> <p>62,85 € inkl. Versand</p>	<p>PayPal</p> <p>Kreditkarte Lastschrift Vorkasse</p> <p>amazon pay</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• - 1 Tage DHL</li> </ul>	<p><b>okluge.de</b></p> <p>★★★★★</p> <p>24 Meinungen</p>	<p> <b>Zum Kauf</b></p> <p>oder</p> <p><b>Zum Shop</b></p>
<p><b>Sony Playstation 4 PS4</b> <b>Dualshock Wireless</b> <b>Controller V2, black</b></p>	<p><b>59,90 €</b></p> <p>62,89 € inkl. Versand</p> <p>66,89 € inkl. Versand</p>	<p>PayPal</p> <p>VISA</p> <p>Nachnah...</p> <p>AMERICAN EXPRESS Sofort Vorkasse Mastercard</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• sofort lieferbar DHL</li> </ul>	<p><b>ONE</b> eBay.com</p> <p>★★★★★</p> <p>266 Meinungen</p>	<p><b>Zum Shop</b></p>
<p><b>PS4 9870050 - Sony</b> <b>DualShock 4 2.0 Controller</b> <b>wireless schwarz SONY</b></p>	<p><b>59,95 €</b></p> <p>65,75 € inkl. Versand</p>	<p>PayPal</p> <p>Lastschrift Vorkasse</p> <p>Kreditkarte Sofort</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ab Lager DPD</li> <li>• Rücksendung 14 Tage kostenfrei</li> </ul>	<p><b>reichelt</b> elektronik</p> <p>★★★★★</p> <p>95 Meinungen</p>	<p><b>Zum Shop</b></p>

**Sony PS4 Dualshock 4 Wireless-Controller (Schwarz)**

**59,96 €**

[59,96 € inkl. Versand](#)

59,96 € inkl. Versand

PayPal



- Lieferzeit 1-3 Werktage  
DHL | DPD | Spedition



552 Meinungen

[Zum Kauf](#)

oder

[Zum Shop](#)

**Sony Playstation PS4 Controller Dual Shock wireless black V2**

**59,99 €**

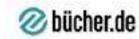
[59,99 € inkl. Versand](#)

59,99 € inkl. Versand

PayPal



- Lieferzeit 1-3 Werktage  
DHL
- Rücksendung 14 Tage kostenfrei



384 Meinungen

[Zum Kauf](#)

oder

[Zum Shop](#)

**Sony Dualshock 4 Wireless Controller 2.0 9870050 für Playstation 4 schwarz**

**59,99 €**

[59,99 € inkl. Versand](#)

59,99 € inkl. Versand

PayPal



- 1-3 Werktage  
DHL | Spedition



398 Meinungen

[Zum Kauf](#)

oder

[Zum Shop](#)

**Sony PS4 DUALSHOCK4 Wireless-Controller Jet Black / schwarz**

**59,99 €**

59,99 € inkl. Versand

PayPal



- 1 - 3 Werktage
- Rücksendung 14 Tage kostenfrei



19 Meinungen

[Zum Shop](#)

**SONY PlayStation 4 Wireless Dualshock 4 Redesigned Controller, Jet Black**

**60,00 €**

[60,00 € inkl. Versand](#)

60,00 € inkl. Versand

PayPal



- Marktabholung
- Pünktliche Lieferung:** sofort lieferbar, Lieferung in 2-3 Werktagen  
DHL | Hermes
- Rücksendung 14 Tage kostenfrei



12.172 Meinungen

[Zum Kauf](#)

oder

[Zum Shop](#)

<p><b>PlayStation 4 »Dualshock« Wireless-Controller</b></p>	<p><b>60,00 €</b> 65,95 € inkl. Versand</p>	<p>       </p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• lieferbar - in 2-3 Werktagen bei dir Hermes</li> <li>• Rücksendung 30 Tage kostenfrei</li> </ul>	<p><b>OTTO</b> ★★★★★ 10.706 Meinungen</p>	<p>Zum Shop</p>
<p><b>PS4 Dualshock Wireless Controller</b></p>	<p><b>60,26 €</b> 60,26 € inkl. Versand</p>	<p>        Vorkasse </p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1-3 Werktage</li> <li>• Rücksendung 14 Tage kostenfrei</li> </ul>	<p><b>real.de</b> ★★★★★ 39.139 Meinungen</p>	<p>Zum Shop</p>
<p><b>Sony DualShock 4 Wireless Controller Gamepad V2 Play- Station 4 Schwarz (9870050)</b></p>	<p><b>60,59 €</b> 60,59 € inkl. Versand</p>	<p>        Lastschrift Vorkasse </p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sofort lieferbar, Lieferzeit 1-2 Werktage DHL</li> </ul>	<p><b>FUTURE-X</b> ★★★★★ 4.251 Meinungen</p>	<p>Zum Kauf oder Zum Shop</p>
<p><b>Sony Playstation 4 DualShock Wireless Controller schwarz</b></p>	<p><b>61,00 €</b> 65,90 € inkl. Versand</p>	<p>        Rechnung Lastschrift Vorkasse </p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Pünktliche Lieferung:</b> Sofort lieferbar, Lieferzeit 1-3 Werktage DHL DPD</li> </ul>	<p><b>YAKODO</b> ★★★★★ 316 Meinungen</p>	<p>Zum Kauf oder Zum Shop</p>
<p><b>Sony Playstation 4 PS4 Dualshock Wireless Controller V2, black</b></p>	<p><b>61,46 €</b> 61,46 € inkl. Versand</p>	<p>        Vorkasse </p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2 Tage</li> </ul>	<p><b>versandKOENIG.de</b> ★★★★★ 2 Meinungen</p>	<p>Zum Shop</p>
<p><b>Sony DualShock 4 v2 - Game Pad - kabellos - Bluetooth - Jet Black - für Sony PlaySta- tion 4</b></p>	<p><b>61,92 €</b> 61,92 € inkl. Versand</p>	<p>        Rechnung Vorkasse </p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lieferzeit 3-5 Werktage DHL GLS UPS trans-o-flex TOF</li> <li>• Rücksendung 14 Tage kostenfrei</li> </ul>	<p><b>JACOB</b> ★★★★★ 9.566 Meinungen</p>	<p>Zum Kauf oder Zum Shop</p>

Sony PS4 DUALSHOCK 4  
Wireless Controller v2  
Gamepad schwarz

**62,90 €**

62,90 € inkl. Versand

PayPal Rechnung Kreditkarte  
Vorkasse

• 1 - 3 Werktage

PRICEGUARD

★★★★★

8 Meinungen

Zum Shop

**i** Angebots-Fehler gefunden? [Gib uns bitte Bescheid.](#)

Sony Sony PS4  
CONTROLLER DUALSHOCK  
V2 BLACK (schwarz)

**64,51 €**

69,41 € inkl. Versand

PayPal VISA  
Vorkasse

• Sofort lieferbar, Lieferung in 1-3 Werktagen  
DHL DPD Spedition

TECHNIK  
GROSS  
★★★★★

120 Meinungen

Zum Shop

PlayStation 4 Controller -  
Multiplayer Pack (DualShock  
4 Wireless Controller,  
schwarz + PlayStation Plus...

**64,79 €**

68,78 € inkl. Versand

PayPal

• 4 - 6 Werktage

SEDIVA  
Shop-Meinung  
schreiben

Zum Kauf  
über **idealo**

Sony Original PS4 Wireless  
Dualshock 4 Controller  
Modell V2 NEU OVP Jet Black

**64,99 €**

64,99 € inkl. Versand

PayPal Rechnung VISA  
AMERICAN EXPRESS Lastschrift  
Vorkasse

• Sofort lieferbar  
DHL GLS

flodoo.de  
Shop-Meinung  
schreiben

Zum Shop

Sony PlayStation 4  
DualShock Controller V2  
(2016) schwarz

**65,49 €**

65,49 € inkl. Versand

65,49 € inkl. Versand

PayPal Rechnung VISA  
Lastschrift Vorkasse amazon pay

• **Pünktliche Lieferung:**  
Die Lieferung erfolgt  
innerhalb von 3-4  
Werktagen  
DHL

cwmobile.de  
★★★★★  
4.117  
Meinungen

Zum Kauf  
oder

Zum Shop

Sony DualShock 4 Wireless  
Controller v2 (schwarz)

**69,00 €**

69,00 € inkl. Versand

69,00 € inkl. Versand

PayPal VISA  
AMERICAN EXPRESS

• **Pünktliche Lieferung:**  
Sofort lieferbar und Ab-  
holbereit in 1-3 Werkta-  
gen  
DHL UPS

notebook.de  
★★★★★

Zum Kauf  
oder

Playstation PlayStation 4  
Wireless Controller Schwarz

**76,31 €**

 81.30 € inkl. Versand

- **Pünktliche Lieferung:**  
sofort lieferbar, Lieferung in: 1-3 Werktagen



22 Meinungen

 **Zum Kauf**

über **idealo**

Daten vom 27.10.2020 14:34\*

## Preisvergleich



Inkl. Versandkosten



Sofort lieferbar



Ohne Rücksendekosten

**Nintendo Switch Neon-Rot / Neon-Blau (neues Modell 2019)**

**306,87 €**

[312,86 € inkl. Versand](#)

Günstigster Gesamtpreis



**Pünktliche Lieferung:**

Lieferzeit 10-20 Werk-tage  
DHL DPD Spedition

- Rücksendung 14 Tage kostenfrei



3.960 Meinungen



über **idealo**

**Nintendo Switch Neon-Rot/ Neon-Blau**

**306,87 €**

Preis inkl. [Gutschein](#)

312,86 € inkl. Versand

Günstigster Gesamtpreis



- Lieferung innerhalb von 5 Werktagen nach Zahlungseingang.



hardwarehasky\*  
de  
7.886 Meinungen



**Nintendo Switch Neon-Rot / Neon-Blau (neues Modell 2019)**

**313,00 €**

318,99 € inkl. Versand



- Lieferzeit 10-20 Werk-tage

DHL DPD Spedition

- Rücksendung 14 Tage kostenfrei



3.960 Meinungen



**NINTENDO Switch Red/Blue (neues Modell 2019)**

**313,90 €**

[313,90 € inkl. Versand](#)

313,90 € inkl. Versand

PayPal



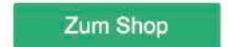
- sofort versandfertig, Lieferzeit 1-3 Tage



17 Meinungen



oder



**Nintendo Switch Neon-Rot/ Neon-Blau**

**317,77 €**

[317,77 € inkl. Versand](#)

317,77 € inkl. Versand

PayPal



- auf Lager, Lieferzeit 1-3 Werktage

- Rücksendung 30 Tage kostenfrei



24 Meinungen



oder



**Nintendo Switch Konsole  
neon rot/neon blau Euronics  
Deutschland**

**317,77 €**

322,63 € inkl. Versand



- 1-3 Werktage  
DHL DPD Spedition  
Hermes



405 Meinungen

Zum Shop

**Nintendo Switch Konsole -  
Neon-Rot/ Neon-Blau (2019  
Edition)**

**317,77 €**

317,77 € inkl. Versand



- Auf Lager.. Express-  
Versand mit Amazon  
Prime möglich.  
DHL Hermes
- Rücksendung 30 Tage  
kostenfrei



1.321  
Meinungen

Zum Shop

**Nintendo Switch - Neon  
Rot&Blau Joy-Con**

**317,90 €**

322,89 € inkl. Versand



- Lieferung in 2 Tagen  
GLS



908 Meinungen

Zum Shop

**NINTENDO Switch Neon-Rot/  
Neon-Blau (neue Edition)  
Spielekonsole, Neonrot/  
Neonblau, 32 GB**

**318,88 €**

318,88 € inkl. Versand



- sofort lieferbar, Liefere-  
rung in 2-3 Werktagen  
DHL Hermes
- Rücksendung 14 Tage  
kostenfrei



12.180  
Meinungen

Zum Shop

**Nintendo Switch mit Joy-Con  
- Neon-Rot/ Neon-Blau (Neue  
2019 Revision)**

**319,00 €**

~~324,49 €~~ inkl. Versand

324,49 € inkl. Versand



- Sofort Lieferbar, 1 - 5  
Werktage  
DPD



3.995  
Meinungen

Zum Kauf

oder

Zum Shop

**Nintendo Switch (neue  
Edition), Spielkonsole neon-  
rot/ neon-blau**

**319,00 €**

~~325,79 €~~ inkl. Versand

325,79 € inkl. Versand



- Sofort lieferbar, Liefere-  
zeit: 2-4 Werktage, Ex-  
presslieferung möglich  
DHL Spedition
- Rücksendung 14 Tage  
kostenfrei



10.251  
Meinungen

Zum Kauf

oder

Zum Shop

**Switch Spielkonsole Switch rot/blau**

**319,00 €**

319,00 € inkl. Versand



- Lieferzeit 2 - 5 Werkta-  
ge  
DHL Hermes DPD  
GLS
- Rücksendung 14 Tage  
kostenfrei

**expert**  
★★★★★  
1.396  
Meinungen

Zum Shop

**Nintendo Switch (neues Modell)**

**319,00 €**

324,95 € inkl. Versand



- lieferbar Ende Novem-  
ber  
Hermes
- Rücksendung 30 Tage  
kostenfrei

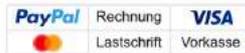
**OTTO**  
★★★★★  
10.828  
Meinungen

Zum Shop

**Nintendo Switch Konsole Ne-  
on-Rot/ Neon-Blau**

**319,13 €**

323,96 € inkl. Versand



- 3 Tage  
DHL
- Rücksendung 90 Tage  
kostenfrei

**Libby**  
Lid folgt sich.  
★★★★★  
4.429  
Meinungen

Zum Shop

**Nintendo Switch Neon-Rot /  
Neon-Blau (neues Modell  
2019)**

**320,00 €**

320,00 € inkl. Versand



- 10 Tage  
DHL

**MAINGAU**  
Shop-Meinung  
schreiben

Zum Shop

**Nintendo Konsole Switch ne-  
on-rot/ blau 32 GB USK 0,  
(neue Edition)  
(GLO676300709)**

**320,71 €**

320,71 € inkl. Versand



- 1 - 3 Werktage  
DPD  
German Express Logistics
- Rücksendung 30 Tage  
kostenfrei

**hitseller.de**  
★★★★★  
1.405  
Meinungen

Zum Shop

**Nintendo Switch - Neon-Rot/  
Neon-Blau (DE, FR, IT, EN)**

**323,76 €**

323,76 € inkl. Versand



- Sofort lieferbar, 1 - 3  
Werktage
- Rücksendung 30 Tage  
kostenfrei

**GALAXUS**  
★★★★★  
290 Meinungen

Zum Shop

**Nintendo Switch v2 32GB  
Neon-Blau / Neon Rot (Spielekonsole)**

**324,00 €**

[329,80 € inkl. Versand](#)

329,80 € inkl. Versand



- Lieferzeit 3-5 Werktage  
DHL Spedition
- Rücksendung 14 Tage kostenfrei



22.913  
Meinungen

**Zum Kauf**

oder

**Zum Shop**

**Nintendo Switch Konsole +  
Joy-Con Neon-rot/-blau mit  
verbesserter Akkuleistung**

**329,00 €**

[329,00 € inkl. Versand](#)

329,00 € inkl. Versand



- **Pünktliche Lieferung:**  
Sofort lieferbar, Lieferzeit 2-4 Werktage  
DHL DPD
- Rücksendung 30 Tage kostenfrei



22.363  
Meinungen

**Zum Kauf**

oder

**Zum Shop**

**NINTENDO SWITCH Switch  
Konsole Neonrot/ Neonblau  
(neue Edition)**

**329,99 €**

329,99 € inkl. Versand



- Lieferzeit 3-5 Werktage  
DHL
- Rücksendung 30 Tage kostenfrei



48 Meinungen

**Zum Shop**

**Nintendo Switch Konsole, mit  
verbesserter Akkuleistung,  
Farbe Neon-Rot/ Neon-Blau  
HAC-001(-01)**

**332,00 €**

332,00 € inkl. Versand



- 1 Werktag
- Rücksendung 14 Tage kostenfrei



39.208  
Meinungen

**Zum Shop**

**Nintendo Switch Konsole -  
neon-rot/ neon-blau (neue  
Edition) - Neu & OVP**

**334,88 €**

[334,88 € inkl. Versand](#)

- **Pünktliche Lieferung:**  
Lieferzeit: 1-3 Werkta-  
ge



**Zum Kauf**

über **idealo**

**Switch Konsole Grau,  
Neonblau, Neonrot V2 2019**

**343,60 €**

343,60 € inkl. Versand



- Lieferbar ab 11.11.  
2020  
DHL
- Rücksendung 30 Tage kostenfrei



1.397  
Meinungen

**Zum Shop**

**Switch Konsole Grau,  
Neonblau, Neonrot V2 2019**

**343,60 €**

343,60 € inkl. Versand



- Lieferbar ab 11.11. 2020  
DHL
- Rücksendung 30 Tage kostenfrei

**digitalo**



5.290 Meinungen

Zum Shop

**Switch Konsole Grau,  
Neonblau, Neonrot V2 2019**

**343,60 €**

343,60 € inkl. Versand



- Lieferbar ab 11.11. 2020  
DHL
- Rücksendung 14 Tage kostenfrei

**voelkner**



11.260 Meinungen

Zum Shop

**Nintendo Switch Konsole V2,  
neon-rot / neon-blau**

**344,24 €**

344,24 € inkl. Versand



- 2 Tage

**versandKOENNIG.de**



2 Meinungen

Zum Shop

**Nintendo Switch (New revised model) Tragbare  
Spielkonsole Schwarz - Blau  
- Rot 15,8 cm (6.2" ) 32 GB...**

**345,38 €**

**345,38 € inkl. Versand**

345,38 € inkl. Versand



- Sofort lieferbar, Lieferzeit 1-3 Werktage  
DHL GLS UPS  
trans-o-flex|TOF
- Rücksendung 14 Tage kostenfrei

**JACOB**



9.608 Meinungen

**Zum Kauf**

oder

Zum Shop

**Nintendo Switch schwarz/  
blau/ rot**

**345,58 €**

**350,57 € inkl. Versand**

350,57 € inkl. Versand



- Lieferzeit 4 - 6 Tage  
DHL Hermes

**CSV**  
direct.de



1.702 Meinungen

**Zum Kauf**

oder

Zum Shop

**Nintendo Switch with Neon  
Blue and Red Joy-Con Spiel-  
konsole Full HD Schwarz  
Neonrot Neonblau (10002207)**

**347,99 €**

**347,99 € inkl. Versand**

347,99 € inkl. Versand



- Sofort lieferbar, Lieferzeit 1-2 Werktage  
DHL

**FUTURE-X**  
for your business



4.251 Meinungen

**Zum Kauf**

oder

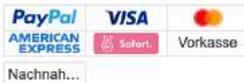
Zum Shop

Nintendo Switch Konsole V2,  
neon-rot / neon-blau

**349,00 €**

355,99 € inkl. Versand

359,99 € inkl. Versand



• sofort lieferbar  
DHL



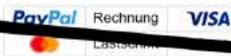
266 Meinungen

Zum Shop

~~Nintendo Switch Konsole Ne-  
on-Rot/ Neon-Blau + The  
Legend of Zelda: Link's  
Awakening~~

~~357,93 €~~

~~362,76 € inkl. Versand~~



~~• 3 Tage  
DHL  
• Rücksendung 90 Tage~~



~~4.429~~

Zum Shop

~~Nintendo Switch Konsole Ne-  
on-Rot/ Neon-Blau +  
Nintendo Pokémon Schwert~~

~~357,93 €~~

~~362,76 € inkl. Versand~~



~~• 3 Tage  
DHL  
• Rücksendung 90 Tage  
kostenfrei~~



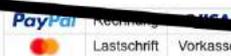
~~Meinungen~~

Zum Shop

~~Nintendo Switch Konsole Ne-  
on-Rot/ Neon-Blau + Animal  
Crossing: New Horizons~~

~~357,93 €~~

~~362,76 € inkl. Versand~~



~~• 3 Tage  
DHL  
• Rücksendung 90 Tage  
kostenfrei~~



~~Meinungen~~

Zum Shop

Nintendo Switch Konsole V2,  
neon-rot / neon-blau

**358,00 €**

 362,90 € inkl. Versand

362,90 € inkl. Versand



• **Pünktliche Lieferung:**  
Sofort lieferbar, Liefer-  
zeit 1-3 Werktage  
DHL DPD



316 Meinungen

 Zum Kauf

oder

Zum Shop

~~Nintendo Switch , inkl.  
Animal Crossing New  
Horizons~~

~~359,00 €~~

~~364,95 € inkl. Versand~~



~~• lieferbar Ende Novem-  
ber  
Hermes  
• Rücksendung 30 Tage  
kostenfrei~~



~~10.828  
Meinungen~~

Zum Shop

Nintendo Switch , inkl.  
Animal Crossing New  
Horizons

~~359,00 €~~

364,95 € inkl. Versand



- lieferbar Ende November  
Hermes
- Rücksendung 30 Tage  
kostenfrei

**OTTO**



10.628  
Meinungen

Zum Shop

Nintendo Switch Konsole  
neon rot/neon blau

**379,90 €**

379,90 € inkl. Versand



- 1 - 3 Werktage

**PRICEGUARD**



8 Meinungen

Zum Shop

SWITCH KONSOLE, NEON  
ROT/NEON BLAU

**393,83 €**

~~397,82 €~~ inkl. Versand



- sofort lieferbar

**MANDR.OPS.**

Shop-Meinung  
schreiben



Nintendo Switch Neon-Rot/  
Neon-Blau (neues Modell  
2019)

**408,94 €**

~~412,93 €~~ inkl. Versand

412,93 € inkl. Versand



- Pünktliche Lieferung:  
4-5 Werktage  
DHL

**eJoker.de™**



2.832  
Meinungen



Zum Shop

Nintendo Switch Konsole -  
Neon-Rot/ Neon-Blau (2019  
Edition)

**421,28 €**

~~425,27 €~~ inkl. Versand



- 5 - 7 Werktage

**SEDIVA**

Shop-Meinung  
schreiben



Nintendo Switch V2 32GB  
Neon-Rot/ Neon-Blau [neues  
modell] + Animal Crossing:  
New Horizons

~~449,00 €~~

452,00 € inkl. Versand



- Auf Lager

**amazon.de**  
Marketplace



Spielzeit  
96 Meinungen

Zum Shop

**Nintendo**

**Switch Konsole neon rot/neon blau**

- 6,2" Touchbildschirm
- inkl. 2 Joy-cons

Switch Konsole

Statt ~~329,-~~ Sie sparen **11,23**

**317,77**

# PREIS- HAMMER

**Nintendo**

Switch Spielkonsole  
NIN SWITCH NEON NEU

Art.Nr.: 11374024506

- Jederzeit und überall spielen auf dem 6,2 Zoll-(15,75 cm)-Multi-Touch Display
- Station mit HDMI und USB-Anschluss
- Im TV-, Tisch- oder Handheld-Modus verwendbar
- Joy-Con-Controller mit HD-Vibrationsfunktion für ein realistisches Spielerlebnis
- Joy-Con einzeln oder als traditioneller Controller verwendbar
- Verbinde bis zu acht Konsolen für

# 329.99

**⚠ Achtung**  
Chez certaines personnes, l'utilisation de ce produit peut nécessiter des précautions particulières qui sont indiquées dans la notice jointe.

  
NINTENDO  
SWITCH

HDMI

HDMI (High Definition Multimedia Interface) is a standard for transferring digital audio and video data between a source device and a display device. The source device can be a computer, a video camera, a video player, or a video recorder. The display device can be a monitor, a television, or a projector. HDMI is a standard for transferring digital audio and video data between a source device and a display device. The source device can be a computer, a video camera, a video player, or a video recorder. The display device can be a monitor, a television, or a projector.

For more information, please visit the HDMI website at [www.hdmi.org](http://www.hdmi.org).

© 2017 Nintendo. All rights reserved. Nintendo Switch and the Switch logo are trademarks of Nintendo. The Switch logo is a registered trademark of Nintendo. The Switch logo is a registered trademark of Nintendo. The Switch logo is a registered trademark of Nintendo.

250819

11374024506

11374024506

11374024506

11374024506

11374024506

11374024506

11374024506

11374024506

11374024506

11374024506

11374024506

11374024506

11374024506

11374024506

11374024506

11374024506

Nintendo®

⚠  
bonnes,  
eu nécessite  
d'emploi  
sont détaillées  
jointe.

Nint.Switch grau  
**321,67**

S  
4 060591 002339  
5191022 1005 27 13 20

EUR  
**Attention** ⚠  
*Chez certaines personnes,  
l'utilisation de ce jeu nécessite  
des précautions d'emploi  
particulières qui sont détaillées  
dans la notice jointe.*

  
NINTENDO  
SWITCH™



VR

PS4

PS4

€ 57.90



2 095030 900015

41 A 442  
76 13006 309 07  
WG

Disc-Upgrade nicht für PlayStation®5-Digital Edition verfügbar. Digitaler Kauf erforderlich für Konsolen ohne optisches Laufwerk.

Siehe Rückseite\*

109664303101

KYLIAN MBAPPE  
PARIS SAINT-GERMAIN  
#7 / FORWARD



FIFA 21

FIFA  
OFFICIAL LICENSED PRODUCT

KYLIAN MBAPPE



BUNDESLIGA

OFFICIAL LICENSED PRODUCT



PS4



KYLIAN MBAPPE  
PARIS SAINT-GERMAIN  
#7 / FORWARD



FIFA 21



F179333721



BUNDESLIGA  
OFFICIAL LICENSED PRODUCT



SPIELE ENTHALTEN

HOI ESTE PS4/StationPS-Digital  
FIFA 21  
204 30037 134

USK: OF  
04201020

55,00 €

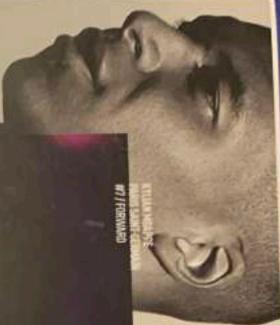


642299

5 035225 124427



PS4



KLIMA WIRTSCHAFTS  
#11 (SERIENNUMMER)



EA SPORTS  
FIFA 21  
FIFA  
OFFIZIELLE WELTWEITE  
WETTBEWERBSRECHTE



USK  
ab  
**0**  
freigegeben



BUNDESLIGA  
DFB  
ORIGINAL  
LIZENZIERTE WETTBEWERBSRECHTE



Inhalt an der Info!  
€ 64,99  
UVP des Lieferanten  
41  
76  
A 442 B2531 327 22  
4 009496 503275  
15042  
LE  
Dieses Spiel ist nicht für einplaystation's Original  
Edition verfügbar. Original wird weiterhin  
für Konsolen ohne optischen Laufwerk  
Stehen Rückseite  
10964433301

## Preisvergleich



Inkl. Versandkosten



Sofort lieferbar



Ohne Rücksendekosten

**Fifa 2021 - PS4 [EU Version]****49,95 €**

53,85 € inkl. Versand

Günstigster Gesamtpreis

PayPal

VISA

Sofort

Lastschrift

Vorkasse

- auf Lager, Lieferzeit 1-3 Tage  
DHL

**NETGAMES**

★★★★★

487 Meinungen

[Zum Shop](#)**FIFA 21 - PlayStation 4 (inkl. kostenlosem Upgrade auf PS5)****53,99 €**- [60,98 € inkl. Versand](#)

PayPal

- 24 Stunden  
DHL

mediatand4you

★★★★★

42 Meinungen

[Zum Kauf](#)  
über [idealo](#)**FIFA 21 - PlayStation 4 (inkl. kostenlosem Upgrade auf PS5)****53,99 €**

60,98 € inkl. Versand

PayPal

Nachnah...

Vorkasse

- 24 Stunden  
DHL

mediatand4you

★★★★★

42 Meinungen

[Zum Shop](#)**FIFA 21 - PlayStation 4 (inkl. kostenlosem Upgrade auf PS5)****54,99 €**- [59,99 € inkl. Versand](#)

59,99 € inkl. Versand

PayPal

VISA

Lastschrift

Vorkasse

- **Pünktliche Lieferung:**  
auf Lager, Lieferzeit 1-3 Tage  
DHL

Badeishop

Shop-Meinung schreiben

[Zum Kauf](#)  
oder[Zum Shop](#)**Electronic Arts FIFA 21 (PlayStation 4)****55,00 €**- [60,99 € inkl. Versand](#)

PayPal

- Lieferzeit 1-3 Werktage

expert TechnoMarkt.de

[Zum Kauf](#)  
oder

**FIFA 21 - inkl. Pre-Order Bonus - PS4 / PlayStation 4 - Neu & OVP - Deutsche Version**

**55,00 €**

 [57,99 € inkl. Versand](#)



- **Pünktliche Lieferung:**  
Lieferzeit: 1-3 Werktage



 **Zum Kauf**  
über **idealo**

**FIFA 21 Standard Edition PS4-Spiel**

**55,00 €**

58,99 € inkl. Versand

 Rechnung   
 

- Lieferzeit 2 - 5 Werkta-  
ge  
DHL Hermes DPD  
GLS
- Rücksendung 14 Tage  
kostenfrei



★★★★★

1.363  
Meinungen

**Zum Shop**

**FIFA 21 (Nordic) - Includes PS5 Version (PS4) (USK 0+)**

**55,50 €**

55,50 € inkl. Versand


- 2-3 Werktage  
Deutsche Post
- Rücksendung 14 Tage  
kostenfrei



★★★★★

2.231  
Meinungen

**Zum Shop**

**FIFA 21 - (inkl. kostenlosem Upgrade auf PS5) - [Playstation 4]**

**55,54 €**

55,54 € inkl. Versand

Rechnung    
 Lastschrift

- Auf Lager.. Express-  
Versand mit Amazon  
Prime möglich.  
DHL Hermes
- Rücksendung 30 Tage  
kostenfrei



★★★★★

1.310  
Meinungen

**Zum Shop**

**Fifa 21 (PS4) DE-Version (Videospiegel)**

**57,90 €**

 [63,70 € inkl. Versand](#)

63,70 € inkl. Versand

     
 Lastschrift   
 Nachnah...

- Sofort lieferbar, Liefer-  
zeit 1-3 Werktage  
DHL Spedition
- Rücksendung 14 Tage  
kostenfrei



★★★★★

22.701  
Meinungen

 **Zum Kauf**  
oder

**Zum Shop**

<p><b>FIFA 21 - PS4</b></p> <p>62,76 € inkl. Versand</p> <p>62,76 € inkl. Versand</p>	<p><b>57,90 €</b></p> <p>PayPal</p> <p>Rechnung VISA AMERICAN EXPRESS giro pay Safarist. amazon pay Vorkasse</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pünktliche Lieferung: Sofort lieferbar, Lieferzeit 2-4 Werktage DHL DPD</li> <li>Rücksendung 30 Tage kostenfrei</li> </ul>	<p><b>cyberport</b></p> <p>★★★★★</p> <p>22.228 Meinungen</p>	<p>Zum Kauf</p> <p>oder</p> <p>Zum Shop</p>
<p><b>Sony PS4 FIFA 21 Spiel Euronics XXL Albmarkt</b></p> <p>59,84 € inkl. Versand</p>	<p><b>57,90 €</b></p> <p>PayPal VISA Vorkasse</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1-3 Werktage DHL DPD Spedition Hermes</li> </ul>	<p><b>euronics</b></p> <p>★★★★★</p> <p>403 Meinungen</p>	<p>Zum Shop</p>
<p><b>Sony PS4 Spiel FIFA 21 USK 0, VÖ: 09.10.20 (GLO676621430)</b></p> <p>57,90 € inkl. Versand</p>	<p><b>57,90 €</b></p> <p>PayPal Rechnung VISA AMERICAN EXPRESS giro pay Safarist. Vorkasse</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1 - 3 Werktage DPD German Express Logistics</li> <li>Rücksendung 30 Tage kostenfrei</li> </ul>	<p><b>hitseller.de</b></p> <p>★★★★★</p> <p>1.405 Meinungen</p>	<p>Zum Shop</p>
<p><b>Sony PS4 FIFA 21</b></p> <p>57,90 € inkl. Versand</p>	<p><b>57,90 €</b></p> <p>PayPal Rechnung VISA AMERICAN EXPRESS giro pay Safarist. Vorkasse</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sofort lieferbar, 1 - 3 Tage DHL</li> <li>Rücksendung 14 Tage kostenfrei</li> </ul>	<p><b>ROSSE</b></p> <p>★★★★★</p> <p>587 Meinungen</p>	<p>Zum Shop</p>
<p><b>PS4 Fifa 21/Fifa 21</b></p> <p>58,49 € inkl. Versand</p> <p>58,49 € inkl. Versand</p>	<p><b>58,49 €</b></p> <p>PayPal Rechnung Lastschrift VISA Vorkasse</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>auf Lager, Lieferzeit 1-3 Werktage</li> <li>Rücksendung 30 Tage kostenfrei</li> </ul>	<p><b>VERBODEN TOEGANG</b></p> <p>★★★★★</p> <p>23 Meinungen</p>	<p>Zum Kauf</p> <p>oder</p> <p>Zum Shop</p>
<p><b>PS4 Fifa 21 PS4 USK: 0</b></p> <p>63,55 € inkl. Versand</p> <p>63,55 € inkl. Versand</p>	<p><b>58,56 €</b></p> <p>PayPal Rechnung VISA Vorkasse</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pünktliche Lieferung: Do. 29.10.-Fr. 30.10. DHL</li> <li>Rücksendung 30 Tage kostenfrei</li> </ul>	<p><b>digitalo</b></p> <p>★★★★★</p> <p>5.214</p>	<p>Zum Kauf</p> <p>oder</p> <p>Zum Shop</p>

PS4 Fifa 21 PS4 USK: 0

**59,46 €**

 [59,46 € inkl. Versand](#)

59,46 € inkl. Versand

[PayPal](#)

Rechnung

VISA



Vorkasse

amazon pay

• **Pünktliche Lieferung:**  
Do. 29.10.–Fr. 30.10.

DHL

• Rücksendung 14 Tage  
kostenfrei

voelkner



11.181  
Meinungen

 [Zum Kauf](#)

oder

[Zum Shop](#)

Fifa 21 - Inkl. PS5 Version -  
Sony PlayStation 4 - Sport -  
PEGI 3

**59,93 €**

 [65,42 € inkl. Versand](#)

65,42 € inkl. Versand

[PayPal](#)

Rechnung

VISA



 Sofort

Vorkasse

• Sofort lieferbar, 1 - 4  
Werktage

DPD

PROSHOP



3.951  
Meinungen

 [Zum Kauf](#)

oder

[Zum Shop](#)

PS4 Fifa 21 PS4 USK: 0

**59,95 €**

 [65,94 € inkl. Versand](#)

65,94 € inkl. Versand

[PayPal](#)

Rechnung

VISA



Vorkasse

amazon pay

• **Pünktliche Lieferung:**  
Do. 29.10.–Fr. 30.10.

DHL

• Rücksendung 30 Tage  
kostenfrei

SMDV



1.378  
Meinungen

 [Zum Kauf](#)

oder

[Zum Shop](#)

FIFA 21 - PlayStation 4

**59,99 €**

 [59,99 € inkl. Versand](#)

59,99 € inkl. Versand

[PayPal](#)

Rechnung

VISA



AMERICAN EXPRESS

Vorkasse

📍 Marktabholung

• **Pünktliche Lieferung:**  
sofort lieferbar, Liefere-  
rung in 2-3 Werktagen

DHL

Hermes

• Rücksendung 14 Tage  
kostenfrei

SATURN



12.172  
Meinungen

 [Zum Kauf](#)

oder

[Zum Shop](#)

FIFA 21 [PlayStation 4]

**59,99 €**

 [59,99 € inkl. Versand](#)

59,99 € inkl. Versand

[PayPal](#)

Rechnung

VISA



AMERICAN EXPRESS

Vorkasse

📍 Marktabholung

• **Pünktliche Lieferung:**  
sofort lieferbar, Liefere-  
rung in 2-3 Werktagen

DHL

Hermes

• Rücksendung 14 Tage  
kostenfrei

MediaMarkt



11.931  
Meinungen

 [Zum Kauf](#)

oder

[Zum Shop](#)

**Sony PS4: FIFA 21**

**59,99 €**

59,99 € inkl. Versand



- 1 - 3 Werktage
- Rücksendung 14 Tage kostenfrei



19 Meinungen

Zum Shop

**Electronic Arts FIFA 21 - Konsole PS4**

**59,99 €**

64,82 € inkl. Versand



- 3 Tage DHL
- Rücksendung 90 Tage kostenfrei



LIDL lohnt sich.



4.429 Meinungen

Zum Shop

**PS4 FIFA 21**

**59,99 €**

59,99 € inkl. Versand



- Auf Lager, Lieferzeit 1-2 Werktage DHL
- Rücksendung 30 Tage kostenfrei



4.493 Meinungen

Zum Shop

**Electronic Arts FIFA 21 PlayStation 4**

**59,99 €**

65,94 € inkl. Versand



- lieferbar - in 2-3 Werktagen bei dir Hermes
- Rücksendung 30 Tage kostenfrei



10.706 Meinungen

Zum Shop

**PS4 Fifa 21**

**62,42 €**

62,42 € inkl. Versand



- 4 Werktage
- Rücksendung 14 Tage kostenfrei



39.139 Meinungen

Zum Shop

**Electronic Arts PS4 Fifa 21 PS4 (1068269)**

**63,90 €**

[63,90 € inkl. Versand](#)

63,90 € inkl. Versand



- Lieferzeit 3-5 Werktage DHL GLS UPS trans-o-flex|TOF
- Rücksendung 14 Tage kostenfrei



9.566 Meinungen

**Zum Kauf**

oder

Zum Shop

**Electronic Arts FIFA 21, PlayStation 4-Spiel**

**63,90 €**

[63,90 € inkl. Versand](#)  
63,90 € inkl. Versand



Vorkasse

- Sofort lieferbar, Lieferzeit: 2-4 Werktage, Expresslieferung möglich  
DHL Spedition
- Rücksendung 14 Tage kostenfrei

**ALTERNATE**  
Seit 1999 online



10.211 Meinungen

**Zum Kauf**

oder

**Zum Shop**

**Electronic Arts GmbH Fifa 21**

**64,99 €**

64,99 € inkl. Versand

Rechnung



Lastschrift

- Sofort lieferbar  
DHL
- Rücksendung 14 Tage kostenfrei



271 Meinungen

**Zum Shop**

**FIFA 21 - inkl. Pre-Order Bonus - PS4 / PlayStation 4 - Neu & OVP - EU Version - Release Datum 09.10.2020**

**69,89 €**

[74,88 € inkl. Versand](#)

- **Pünktliche Lieferung:**  
Lieferzeit: 1-3 Werkta-  
ge



**Zum Kauf**

über **idealo**

**FIFA 21 (PS4)**

**69,99 €**

69,99 € inkl. Versand

Rechnung



AMERICAN EXPRESS

Lastschrift

- Auf Lager.

**amazon.de**  
Marketplace



Sputnik1957  
440 Meinungen

**Zum Shop**

**ELECTRONIC ARTS FIFA 21, PlayStation 4-Spiel, no**

**71,20 €**

[77,90 € inkl. Versand](#)

77,90 € inkl. Versand

Rechnung



AMERICAN EXPRESS

Lastschrift

Vorkasse

Nachnah...

- **Pünktliche Lieferung:**  
SOFORT ab Lager, ge-  
liefert in 1-3 Werktagen  
DHL Spedition



374 Meinungen

**Zum Kauf**

oder

**Zum Shop**

**PS4 Fifa 21**

**71,62 €**

[71,62 € inkl. Versand](#)

- Lieferzeit 4 - 5 Tage

Heim®Büro

Shop-Meinung  
schreiben

**Zum Kauf**

über **idealo**

**Electronic Arts PS4 Fifa 21  
PS4 - Konsolen-Spiele**

**72,54 €**

 [72,54 € inkl. Versand](#)

72,54 € inkl. Versand



Rechnung





Vorkasse

• 4 Werktage

DHL

DPD

GLS

UPS



6 Meinungen

 **Zum Kauf**

oder

**Zum Shop**

 **Angebots-Fehler gefunden?** [Gib uns bitte Bescheid.](#)

**Sony PlayStation 4 PS4 Spiel  
Fifa 21 (USK 0)**

**73,00 €**

 [77,90 € inkl. Versand](#)

77,90 € inkl. Versand



Rechnung





Lastschrift

Vorkasse



• **Pünktliche Lieferung:**

Sofort lieferbar, Lieferzeit 1-3 Werktage

DHL

DPD



316 Meinungen

 **Zum Kauf**

oder

**Zum Shop**

**EA Fussball 21 - Standard  
Edition - PlayStation 4 -  
Deutsch (432376)**

**73,06 €**

 [73,06 € inkl. Versand](#)

73,06 € inkl. Versand





Rechnung





AMERICAN EXPRESS

Vorkasse



• Lieferzeit 4-8 Werktage

DHL

GLS

UPS

trans-o-flex|TOF

• Rücksendung 14 Tage kostenfrei



9.566 Meinungen

 **Zum Kauf**

oder

**Zum Shop**

**Fifa 20 PS-4 Playstation 4**

**73,29 €**

 [73,29 € inkl. Versand](#)

73,29 € inkl. Versand





Rechnung

Kreditkarte



Vorkasse

• Lieferzeit: 2-6 Tage

DHL

Hermes

Deutsche Post



Shop-Meinung schreiben

 **Zum Kauf**

oder

**Zum Shop**

**Sony PS4 FIFA 21. Gaming,  
Fußball, Sport, Playstation,  
Animation, Sport & Spiel**

**73,90 €**

73,90 € inkl. Versand



Rechnung

Kreditkarte

Vorkasse

• 1 - 3 Werktage



8 Meinungen

**Zum Shop**

Vorkasse

schreiben

Zum Shop

**Sony PS4 FIFA 21, Gaming, Fußball, Sport, Playstation, Animation, Sport & Spiel**

**73,90 €**

73,90 € inkl. Versand

PayPal Rechnung Kreditkarte  
Vorkasse

• 1 - 3 Werktage

PRICEGUARD

★★★★★

8 Meinungen

Zum Shop

**FIFA 21 - (inkl. kostenlosem Upgrade auf PS5) - [Playstation 4]**

**80,20 €**

- 84,19 € inkl. Versand

PayPal

• 5 - 7 Werktage

SEDIVA

Shop-Meinung schreiben

Zum Kauf  
über **idealo**

**FIFA 21 - (inkl. kostenlosem Upgrade auf PS5) - [Playstation 4]**

**82,82 €**

- 86,81 € inkl. Versand

PayPal

• 4 - 6 Werktage

SEDIVA

Shop-Meinung schreiben

Zum Kauf  
über **idealo**

**Electronic Arts FIFA 21 BVB Set gelb PlayStation 4, inkl. BVB Headset gelb**

**99,00 €**

104,95 € inkl. Versand

PayPal Rechnung VISA  
AMERICAN EXPRESS Vorkasse

• lieferbar - in 2-3 Werktagen bei dir  
Hermes  
• Rücksendung 30 Tage kostenfrei

OTTO

★★★★★

10.706 Meinungen

Zum Shop

**Electronic Arts FIFA 21 PlayStation 4, inkl. BVB Headset schwarz**

**99,00 €**

104,95 € inkl. Versand

PayPal Rechnung VISA  
AMERICAN EXPRESS Vorkasse

• lieferbar - in 2-3 Werktagen bei dir  
Hermes  
• Rücksendung 30 Tage kostenfrei

OTTO

★★★★★

10.706 Meinungen

Zum Shop

Daten vom 27.10.2020 06:52\*



GÉRAMONT  
**Géramont Weichkäse**  
verschiedene Sorten  
200-g-Packung

100 g = 1,21 €  
1001526

**2.41**

# Géramont

ORIGINAL FRANZÖSISCHER WEICHKÄSE



*C'est bon!*

*... Cremigkeit*

*C'est bon!*

# Géramont

ORIGINAL FRANZÖSISCHER WEICHKÄSE



*C'est bon!*



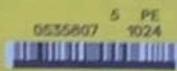
LAKTOSEFREI

Géramont Weichkäse  
laktosefr., 60% F.i.T.

Original  
200g Schachtel

E 148726  
G 150726

**DISCOUNT-  
BILLIG!**



# 2.41

(100 g = 1.21)



LAKTOSEFREI

**DISCOUNT-  
BILLIG!**

Original Artisan  
**SI-MANG LIMBURGER**

Original Artisan  
**SI-MANG LIMBURGER**

Original Artisan  
**SI-MANG LIMBURGER**

Original Artisan  
**SI-MANG LIMBURGER**

**Géramont  
Weichkäse/**

Weichkäsezubereitung  
200-g Packung  
0009922

4 T

**2.41**

100 g = 1.21

  
**Géramont**

*C'est bon! C'est bon!*



ramont Natur 60% DS 200g

**1,66**



0 001469 620044

316171000678

100 g = 0,83

WM

2000 15.10.20

**AKTION**



**Géramont**  
ORIGINAL FRANZÖSISCHER WEICKÄSE

*Cremig-frischer Genuss*  
mit Joghurt  
**Géramont**

*-bou, c'est bou!*

**Géramont**

**Géramont / Le Snack**

SAVENCIA FROMAGE & DAIRY

150 g / 200 g

1 kg

16.07/12.05

**2.41**



29628  
RVVZU43

~~1.00~~ 1 kg 11.20 / 0.40



**Géramont**

ORIGINAL FRANZÖSISCHER WEICKKÄSE

**Géramont**

ORIGINAL FRANZÖSISCHER WEICKKÄSE

*C'est bon!*

**Géramont**

ORIGINAL FRANZÖSISCHER WEICKKÄSE

*C'est bon!*

**WK CLASSIC 60%**

**GERAMONT**

**200g PK**

4529243 4 P

073 0008

3161710000678

29.06.20 1131

**2.44**



**100 g = 1.22€**



MEHRWEG

715289

HEINEKEN BEER

**6,99 EUR**

Preis pro 1 000 l  
0,83 EUR

Preis 0,48 EUR

81 712000 429096

Heineken Beer 6x0,33l MW

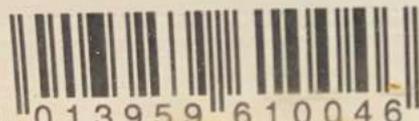
**4,86**

+ 0,48 Pfand

MEHRWEG

1 L = 2,45

E



0 013959 610046

8712000029296

5000

14.09.20





# He

P U R E M A L T L A G E R

EHR-  
VEG

**Heineken**

**Pils**

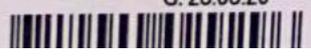
6x0,33l Packung  
Pfand 0.48

Preis+Pfand 5.34

# 4.86

(1 L = 2.46)

E: 01.07.20  
G: 28.06.20



30 PS

R E M A L T L A G E R

Heineken Beer 6x0,33l MW

**4,86**  
+ 0,48 Pfand

E   
0 013959 610046

MEHRWEG 1 L = 2,45

8712000029296 1 29.06.20



Jever Fun Blutorange 6x0,33l MW

Jever Fun Zitronen 6x0,33l MW



**Heineken Lager**

6 x 0,33 L

Grundpreis 1 L Pfand

Ger	2.45	-.48
Flasche	2.45	-.08



STICHK. N. 44-499 RW 90277

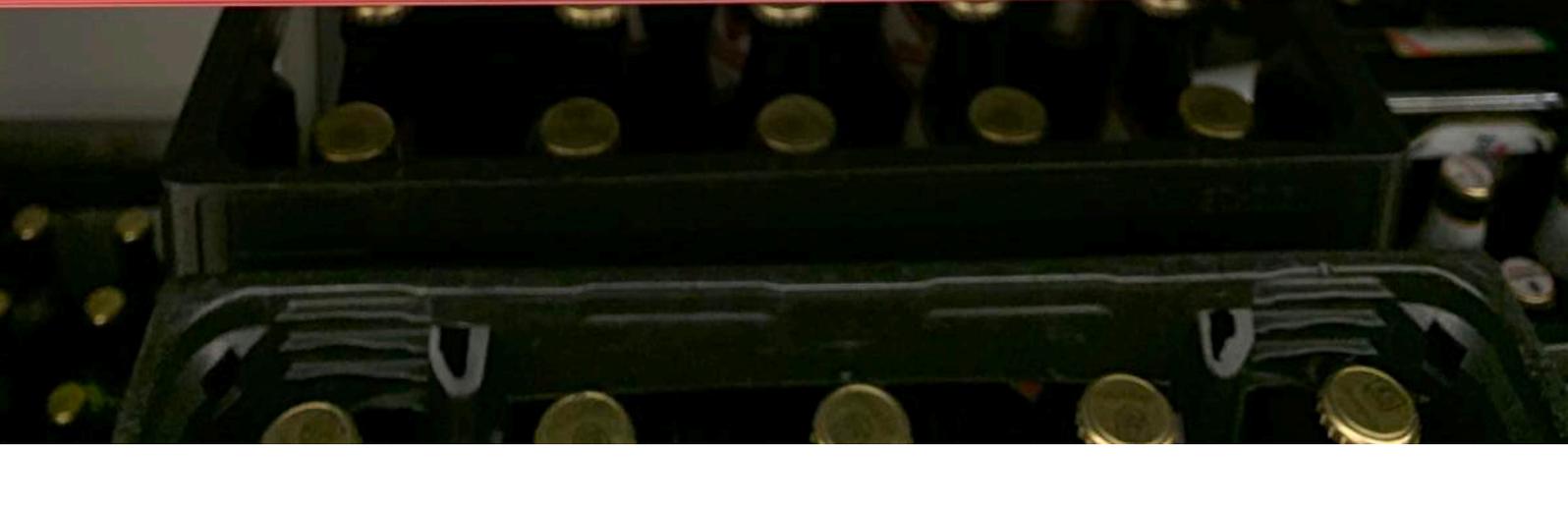
Best.-20% Ger 3.39

mit MwSt. ab 19%  
**4.98**

**4.85**

Einzelflasche **-.81**

1L=1.71 Flasche .56 1L=1.70



**BEER**  
**MW HEINEKEN**  
**6X0,33l**

0701771 1

FO418 0001

8712000029296

10.06.20 4581



**4.99**

**MEHRWEG**

**+ Pfand 0.48**

**1 l = 2.52€**

200898  
**BEER**  
**MW H**  
**20X0,4**



87120000503



6  
PACK



Hei

P U R E M A L T L A G E R



DEN FEIERARBEND GENIESSEN.  
JE NUR 5,99 €

Gültig vom 07.10. bis einschl. 03.11.2020. Solange der Vorrat reicht.  
UVP: 2x1l Pfand: 1l = 3,03 €. Angebot gilt für Heineken 0 x 0,33l



MEHRWEG

Einbec

1 Stück

Pfand: 0,4€

716480

1l = 2,01 EUR



6x0,33l ml  
Alkohol 4,8% vol

Krom



**MEHR WEG** HEINEKEN BIER 6X0,33L PK  
 zzgl. 0,48 Pfand  
 03.07.2020 / WG 32  
  
 00000 - 00 1 PK  
 8712000029296

**5,05**  
 1L = 2,55  
 EDEKA



## Preisvergleich



Inkl. Versandkosten



Sofort lieferbar



Ohne Rücksendekosten

### Heineken Lager Beer (330ml)

**1,71 €**

5,18 €/Liter

8,66 € inkl. Versand

Günstigster Gesamtpreis



- lagernd - sofort lieferbar



Zum Shop

### Heineken - Pils 5%Vol - MW 6x 0,33l inc. 0.48€ MEHRWEG Pfand

**7,30 €**

22,12 €/Liter

14,10 € inkl. Versand



- Gewöhnlich versandfertig in 2 bis 3 Tagen.



Zum Shop

### 24 Flaschen Heineken Bier Premium a 0,33L inc. MEHRWEG Pfand Niederlande

**27,77 €**

84,15 €/Liter

33,72 € inkl. Versand



- Lieferung innerhalb von 6 Werktagen nach Zahlungseingang.



Zum Shop

24er Pack (Einzelpreis 1,16 €)

## Preisvergleich



Inkl. Versandkosten



Sofort lieferbar



Ohne Rücksendekosten

**JBL Flip 5, Lautsprecher  
schwarz, USB-C, Bluetooth,  
IPX7**

**84,90 €**

91,69 € inkl. Versand



- Sofort lieferbar, Lieferzeit: 2-4 Werktage, Expresslieferung möglich  
DHL Spedition
- Rücksendung 14 Tage kostenfrei

**ALTERNATE**  
bequem online



10.251  
Meinungen

Zum Shop

**JBL FLIP 5 Portable-Laut-  
sprecher (Bluetooth, 20 W),  
schwarz**

**85,94 €**

91,89 € inkl. Versand



- lieferbar - in 2-4 Werk-  
tagen bei dir  
Hermes
- Rücksendung 30 Tage  
kostenfrei

**OTTO**



10.828  
Meinungen

Zum Shop

**JBL Flip 5 Bluetooth Box in  
Schwarz - Wasserdichter,  
portabler Lautsprecher mit  
umwerfendem Sound - Bis ...**

**85,94 €**

85,94 € inkl. Versand

Günstigster Gesamtpreis



- Auf Lager.. Express-  
Versand mit Amazon  
Prime möglich.  
DHL Hermes
- Rücksendung 30 Tage  
kostenfrei

**amazon.de**



1.321  
Meinungen

Zum Shop

**JBL FLIP 5 (12h)**

**86,05 €**

86,05 € inkl. Versand



- Auf Lager, 1-2 Werkta-  
ge
- Rücksendung 30 Tage  
kostenfrei

**GALAXUS**



290 Meinungen

Zum Shop

**JBL Flip 5 schwarz Spritz-  
wasserfest, Bluetooth Laut-  
sprecher**

**87,83 €**

87,83 € inkl. Versand



- 1-3 Werktage  
DHL Spedition

**electronic4you**  
WiFi-TV-HAUSHALTSGERÄTE



398 Meinungen

Zum Shop

**Flip 5 schwarz Mobiler Bluetooth-Lautsprecher**

**87,99 €**

91,98 € inkl. Versand



- Lieferzeit 2 - 5 Werkta-ge  
DHL Hermes DPD  
GLS
- Rücksendung 14 Tage kostenfrei

**expert**  
★★★★★  
1.396 Meinungen

Zum Shop

**JBL Flip 5 Bluetooth Lautsprecher wasserdicht mit Akku Schwarz**

**88,90 €**

88,90 € inkl. Versand



- Sofort lieferbar, Liefer-zeit 2-4 Werktage  
DHL DPD
- Rücksendung 30 Tage kostenfrei

**cyberport**  
★★★★★  
22.363 Meinungen

Zum Shop

**JBL Flip 5 Multimedia-Lautsprecher schwarz Euronics XXL Lauterbach**

**89,00 €**

93,86 € inkl. Versand



- 1-3 Werktage  
DHL DPD Spedition  
Hermes

**euronics**  
★★★★★  
405 Meinungen

Zum Kauf über **idealo**

**JBL Flip 5 Multimedia-Lautsprecher schwarz Euronics XXL Lauterbach**

**89,00 €**

93,86 € inkl. Versand



- 1-3 Werktage  
DHL DPD Spedition  
Hermes

**euronics**  
★★★★★  
405 Meinungen

Zum Shop

**JBL Flip 5 BLK BT-Lautsprecher**

**95,00 €**

95,00 € inkl. Versand



- Auf Lager, Lieferzeit 1-2 Werktage  
DHL
- Rücksendung 30 Tage kostenfrei

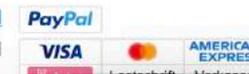
**CONRAD**  
★★★★★  
4.493 Meinungen

Zum Shop

**JBL FLIP 5 schwarz Tragbarer wasserdichter Lautsprecher (Lautsprecher)**

**96,90 €**

102,70 € inkl. Versand



- Lieferzeit 3-5 Werktage  
DHL Spedition
- Rücksendung 14 Tage

**computer universe**  
★★★★★

Zum Kauf oder

JBL Flip 5 schwarz  
JBLFLIP5BLK

97,47 €

102,37 € inkl. Versand



- ab Lager, Lieferzeit 1-2 Werktage, 24h Express-Versand möglich

mp3-player.de



1.360 Meinungen

**Zum Kauf**  
über **idealo**

FLIP 5 (6925281954566)

97,47 €

101,42 € inkl. Versand



- Versandlager, Lieferung in 1-3 Werktagen  
DHL DPD
- Rücksendung 14 Tage kostenfrei

MEDIMAX  
Einfach gut beraten.



370 Meinungen

**Zum Shop**

JBL Flip 5 - Lautsprecher -  
tragbar - kabellos - Bluetooth  
- schwarz

100,24 €

100,24 € inkl. Versand



- Sofort lieferbar, Lieferzeit 1-3 Werktage  
DHL GLS UPS  
trans-o-flex|TOF
- Rücksendung 14 Tage kostenfrei

JACOB



9.608 Meinungen

**Zum Kauf**  
oder

**Zum Shop**

JBL Lautsprecher FLIP 5  
schwarz

100,97 €

100,97 € inkl. Versand



- 1 Tag Lieferzeit\*  
GLS Spedition

EOFFICE24



379 Meinungen

**Zum Shop**

JBL Flip 5 Bluetooth-Laut-  
sprecher Soundbox  
Musikbox Wasserdicht  
Wireless Speaker

102,49 €

102,49 € inkl. Versand



- 2 Werktage

deltatecc



1 Meinung

**Zum Shop**

JBL Flip 5 Lautsprecher  
Stereo kabellos Schwarz  
(JBLFLIP5BLK)

102,59 €

102,59 € inkl. Versand



- Sofort lieferbar, Lieferzeit 1-2 Werktage  
DHL

FUTURE-X  
for your business



4.251 Meinungen

**Zum Kauf**  
oder

**Zum Shop**

**JBL Flip 5 Lautsprecher  
schwarz - EU-Ware**

**103,30 €**

103,30 € inkl. Versand



• 2 Tage

versand**KOENIG**.de



2 Meinungen

Zum Shop

**JBL Flip 5 Lautsprecher  
schwarz**

**104,00 €**

[108,90 € inkl. Versand](#)

108,90 € inkl. Versand



• **Pünktliche Lieferung:**  
Sofort lieferbar, Lieferzeit 1-3 Werktage  
DHL DPD

YAKODO



316 Meinungen

**Zum Kauf**

oder

Zum Shop

**JBL Flip 5**

**106,56 €**

[112,05 € inkl. Versand](#)

112,05 € inkl. Versand



• Sofort lieferbar, 1 - 4  
Werktage  
DPD

PROSHOP



3.995  
Meinungen

**Zum Kauf**

oder

Zum Shop

**FLIP 5**

**107,22 €**

111,17 € inkl. Versand



• Versandlager, Lieferung in 1-3 Werktagen  
DHL DPD GLS

**EP:**  
ElectronicPartner



10 Meinungen

Zum Shop

**JBL Flip 5 Bluetooth-Laut-  
sprecher schwarz**

**109,49 €**

[109,49 € inkl. Versand](#)

109,49 € inkl. Versand



• **Pünktliche Lieferung:**  
Die Lieferung erfolgt innerhalb von 3-4  
Werktagen  
DHL

cwmobile.de



4.117  
Meinungen

**Zum Kauf**

oder

Zum Shop

**JBL JBL Flip 5 (schwarz)**

**113,71 €**

118,61 € inkl. Versand



• Sofort lieferbar, Lieferung in 1-3 Werktagen  
DHL DPD Spedition

TECHNIK  
**GROSS**



120 Meinungen

Zum Shop

**JBL Flip 5 schwarz**  
**JBLFLIP5BLK**

**114,99 €**

119,89 € inkl. Versand

126,39 € inkl. Versand



- ab Lager, Lieferzeit 1-2 Werktage, 24h Express-Versand möglich

mp3-player.de



1.360 Meinungen

Zum Shop

**JBL Flip 5 Bluetooth Box in Schwarz - Wasserdichter, portabler Lautsprecher mit umwerfendem Sound - Bis...**

**118,26 €**

122,25 € inkl. Versand



- 4 - 6 Werktage

SEDIVA

Shop-Meinung schreiben



über **idealo**

**JBL Flip 5 schwarz**

**128,18 €**

133,17 € inkl. Versand



- Pünktliche Lieferung:** sofort lieferbar, Lieferung in: 1-3 Werktagen

easytronics



22 Meinungen



über **idealo**

**JBL Lautsprecher FLIP 5 18,1 x 7,4 x 6,9 cm (B x H x T) Mono Akku schwarz**

**129,29 €**

136,24 € inkl. Versand



- 1 - 2 Werktage

OFFICEPT.COM



5 Meinungen

Zum Shop

**JBL Lautsprecher Flip 5 JBLFLIP5BLK Bluetooth schwarz**

**151,95 €**

155,38 € inkl. Versand



- 1 Tage

druckerboerse24



4 Meinungen

Zum Shop

**JBL Flip 5 Bluetooth Box (Wasserdichter, portabler Lautsprecher mit umwerfendem Sound, bis zu 12...**

**156,25 €**

156,25 € inkl. Versand



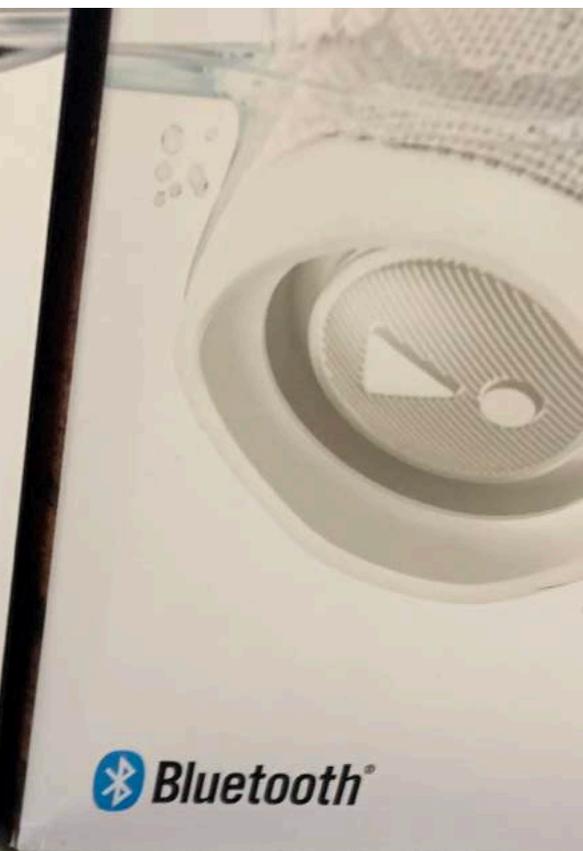
- 7-10 Werktage
- Rücksendung 14 Tage kostenfrei

real.de



39.208 Meinungen

Zum Shop



 **Bluetooth®**

**12H**  


 **Bluetooth®**

# JBL Flip 5

Multimedia-Lautsprecher (aktiv)

- Leistung: 20 W
- Bluetooth-Schnittstelle
- Betriebszeit mit Akku: bis zu 12 Std.
- wasserdichtes Gehäuse
- Wasserdicht bis 1 Meter

Statt ~~119,-~~ Sie sparen **21,53**

# 97,47

6925281954566 



**expert**



**JBL**

**Mobiler Bluetooth Lautsprecher  
JBL FLIP 5**

Art.Nr.: 12181225384

- Klingt besser denn je
- Nimm die Party mit an jeden Ort
- Erlebe feuchte Abenteuer mit dem wasserdichten IPX7-Design
- Robustes Gummigehäuse
- 12 Stunden Musikwiedergabezeit
- Ausgangsleistung: 20W RMS
- Ladezeit: 2,5 Stunden
- Abmessungen: 18,1 x 6,9 x 7,4 cm, Gewicht: 540 g

**Statt  
129,99  
30%  
SPAREN**

**89,99**



FLIP5 Lautsprecher M.blau  
**97,47**

JBL FLIP5 Lautsprecher M.blau  
**97,47**

JBL Charge 4 Lautsprecher sw  
**126,71**

**Leerverpa**

5184831 1018 01.09.20

0 041914 690024 8925291954573 1018 14.10.20

5184831 1018 29.06.20

DVD-Player sw  
**38,98**

Refil.DVD362 DVD-Player m.HDMI  
**32,16**

5184427 1018 29.06.20

5184427 1018 01.10.20



FUNNY-FRISCH  
**Chipsfrisch**  
Ungarisch

175-g-Beutel

100 g = 0.77 €  
0002565

**1.34**

# Chipstrische

ungarisch



**Nur beste Zutaten**

- ✓ Beste Kartoffeln
- ✓ Reines Sonnenblumenöl
- ✓ Einzigartige Gewürzrezepturen

Energie /  
valor  
energético  
66 kJ /  
160 kcal

9,9 g  
14%\*

0,9 g  
5%\*

Zucker  
0,1 g  
0,2%

100 g

675431

FF Chips Frisch

**2,49 EUR**

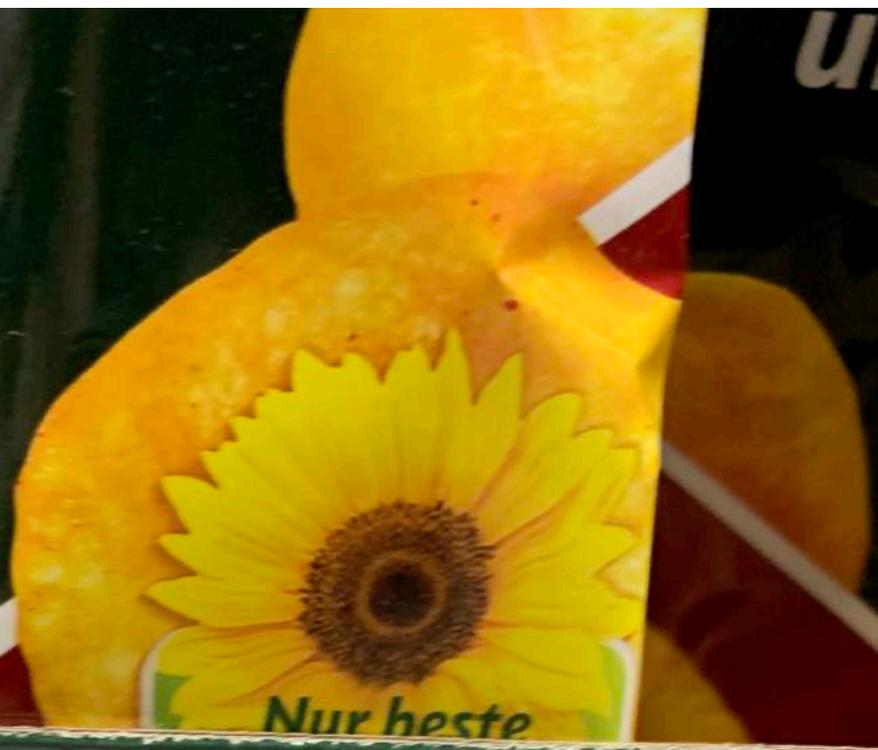
Preis pro 100 g  
1,42 EUR



4 003586 000316

Pfand

ung



Nur heute

# Funny Frisch Chips Kartoffelchips

**DISCOUNT-  
BILLIG!**

ungarisch  
175g Beutel

E 02.07.20  
G 03.07.20

10 PS  
2811123 1045



4000586000376

# 1.34

(100 g = 0.77)

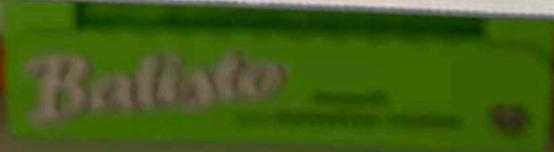
funny-frisch  
Chipsfrisch

ungarisch  
175-g Beutel  
0008857

1.34

1M

100 g = -.77





funny Chipsfr.Ungarisch 175g

**1,34**

GLUTEN  
FREI

E



0 001251 250060

100 g = 0,77

WP

400358600316 1 10.09.20

**Chipsfrisch ungarisch**

**Funny Frisch**

175 g

100 g

-.77

**1.34**



734513  
KW2035

[Bei -30% -.93

100 g = -.53

]

3781330 P 071 0020 24.08.20 3711  
**CHIPSFRISCH UNGARISCH**  
**FUNNY FRISCH**  
175g BT •

**1.34**



4003586000316

100 g = 0.77€

250g



30 g Portion / parte

Energie / valor energético	Fett / grasas	gesättigte Fettsäuren saturadas	Zucker / azúcares	Salz / sal
668 kJ 160 kcal	9,9 g	0,9 g	0,8 g	0,48 g
8%*	14%*	5%*	1%*	2%*

100 g = 2205 kJ (530 kcal)

FFChiFrUng 175g Bt  
3,59 EUR

1 Stück

79539  
100 g = 2,05 EUR



F-F CHIPSFRISCH UNGARISCH 175G

16.10.2020 / WG 24



0000 - 00 20 BT

4003586000316

**1,46**

100GR=0,83

EDEKA

## Preisvergleich

Inkl. Versandkosten  Sofort lieferbar  Ohne Rücksendekosten

**funny-frisch Chipsfrisch**  
ungarisch Chips 175,0 g

**1,35 €**

0,77 €/100 g

5,24 € inkl. Versand

Günstigster Gesamtpreis



- Artikel ist sofort lieferbar  
DHL Spedition
- Rücksendung 28 Tage kostenfrei

**büro shop · 24**



4.798  
Meinungen

**funny-frisch Chipsfrisch**  
ungarisch (175 g)

**1,36 €**

0,78 €/100 g

*i* Preis inkl. Gutschein

6,31 € inkl. Versand



- 3 Tage  
DHL
- Rücksendung 14 Tage kostenfrei

**ROSSMANN**  
Mein Drogeriemarkt



139 Meinungen

**funny-frisch Chips Chips-**  
**frisch ungarisch, Kartoffel-**  
**chips mit Paprikawürzung.**  
**175g**

**1,82 €**

1,04 €/100 g

6,46 € inkl. Versand



- sofort lieferbar
- Rücksendung 14 Tage kostenfrei

**Böttcher AG**



17.700  
Meinungen

**funny-frisch Chipsfrisch**  
ungarisch, 10er Pack (10 x  
175 g)

**13,35 €**

7,63 €/100 g

16,34 € inkl. Versand



- Auf Lager.. Express-Versand mit Amazon Prime möglich.  
DHL Hermes
- Rücksendung 30 Tage kostenfrei

**amazon.de**



1.310  
Meinungen

10er Pack (Einzelpreis 1,34 €)

Nussschokolade · Vollmilkschokolade [Produktdatenblatt](#)

Angebote: Neu

Neu ab **1,54 €** >

B-Ware & Gebrauchte (keine Angebote) >

Ladengeschäfte (keine Angebote) >



### Preisvergleich

Inkl. Versandkosten  Sofort lieferbar  Ohne Rücksendekosten

**Milka Schokolade | Schokolade mit Haselnussstücken | 100gr / 3,5 Unzen**

**1,54 €**  
1,54 €/100 g  
6,13 € inkl. Versand

Günstigster Gesamtpreis

Rechnung **VISA**   
**AMERICAN EXPRESS** Lastschrift

• Auf Lager.

**amazon.de** Marketplace  
★★★★★  
brabanat  
936 Meinungen

Zum Shop

**10 Milka Tafeln a 100g Milka ganze Haselnuss Haselnüsse**

**11,87 €**  
11,87 €/100 g  
- **17,82 € inkl. Versand** **PayPal**

• Lieferung innerhalb von 6 Werktagen nach Zahlungseingang.

**ebay**  
★★★★★  
onlineshop-k.bormann  
8.407 Meinungen

Zum Kauf über **idealo**

**10 Milka Tafeln a 100g Milka ganze Haselnuss Haselnüsse**

**11,87 €**  
11,87 €/100 g  
17,82 € inkl. Versand **PayPal** Lastschrift

• Lieferung innerhalb von 6 Werktagen nach Zahlungseingang.

**ebay**  
★★★★★  
onlineshop-k.bormann  
8.407 Meinungen

Zum Shop



Milka Ganze Haselnüsse  
Milka Ganze Haselnüsse

# Milka



CHOCOLATE

Chocolat au Lait  
du Pays Alpin

Ganze Haselnüsse  
Whole Hazelnut

Milka Ganze Haseln  
**1,89 EUR**  
Preis pro 100 g  
1,89 EUR  
3 045140 118502





AUS DER  
**WERBUNG**

Milka Schokolade  
Haselnuss

Mondelez  
100g Tafel

~~1.05~~  
**-45%**

von 22.10.20  
bis 28.10.20

**0.57**

10  
2503407 1046



4025700001023

4 Ortsnetz





Milka Ganze Haselnuss 100g

**0,57**



100 g = 0,57

WM

3045140118502

15.10.20



Tafelschokolade GanzeHaselnuss

Milka

100 g

100 g
1.06

1.06



415891  
KW2036

[ Bei -30% -74 100 g = -.74 ]



# Milka



Haselnuss  
Haselnuss



Alpine  
milk

CHOCOLATE

Chocolat au Lait  
du Pays Alpin

0196487 P 071 0022 24.08.20 3811

**HASELNUSS SCHOKOLADE**

**MILKA**

**100g TF**

# 1.05



4025700001023

## Preisvergleich



Inkl. Versandkosten



Sofort lieferbar



Ohne Rücksendekosten

**Pringles ORIGINAL Chips**  
**200,0 g**

**2,24 €**

1,12 €/100 g

6,13 € inkl. Versand

Günstigster Gesamtpreis



• Artikel ist sofort lieferbar

DHL Spedition

• Rücksendung 28 Tage kostenfrei

**büro shop · 24**



4.798  
Meinungen

Zum Shop

**Pringles Original 200g**

**2,25 €**

1,13 €/100 g

8,24 € inkl. Versand



• sofort lieferbar

DHL

**World of Sweets**



4 Meinungen

Zum Shop

**Pringles Original (200 g)**

**2,25 €**

1,13 €/100 g

Preis inkl. Gutschein

7,20 € inkl. Versand



• 3 Tage

DHL

• Rücksendung 14 Tage kostenfrei

**ROSSMANN**  
*Mein Drogeriemarkt*



139 Meinungen

Zum Shop

**Pringles Original 200g**

**3,20 €**

1,60 €/100 g

8,10 € inkl. Versand



• Auf Lager.

**amazon**  
Marketplace



ilando24-Shop  
15.865  
Meinungen

Zum Shop



**Pringles**  
verschiedene Sorten

200-g-Dose

100 g = 0.67 €

0006406

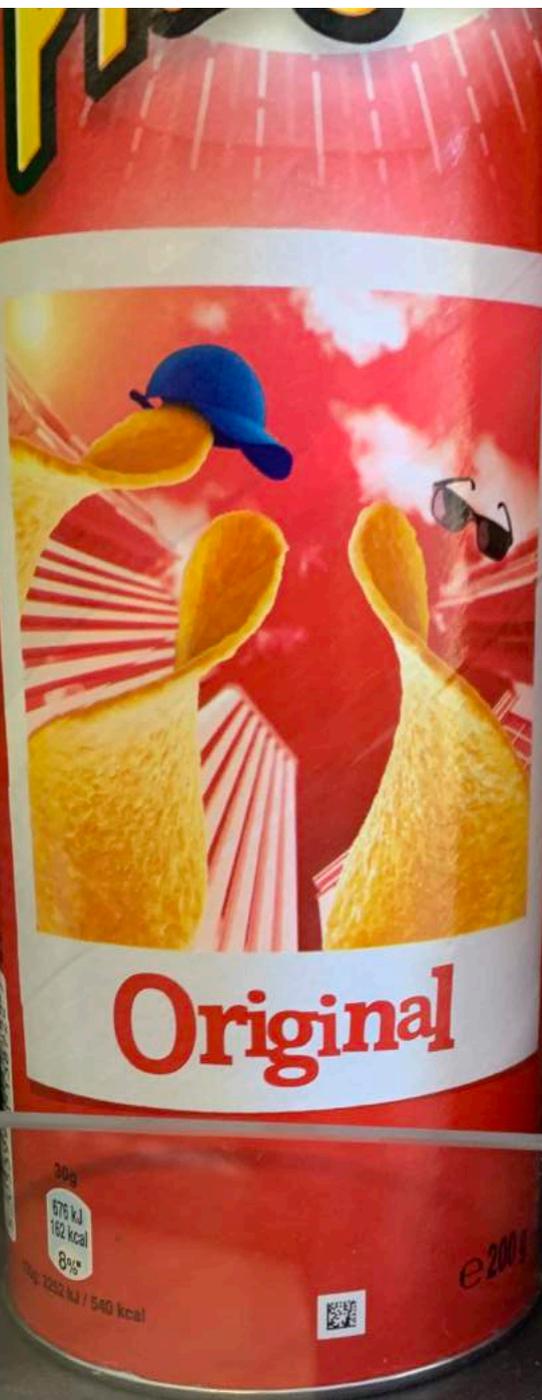
*Aktion*

**-46%** ~~**2.51**~~

**1.34**







quantità...  
facile...  
maltoestrina.

...  
Silybinina...  
...  
modificato...  
(amato). Best for: ...

\*\*This promotion only...  
18.06.20 & 24.06.20. 198...  
includes: 1 x Pringles...  
Pringles.com. \*\*...  
Siegmonete-Preis...  
Verlängerter Aktionszeitraum...  
gewinnen ist. Maximal 1...  
Internetverbindung...  
Pringles.com. \*\*...  
17/06/20 et le 24/06/20...  
le gagnant. Participation...  
par tirage. 1 participation...  
pas référence au...  
et modalités de participation...  
Kampanjassa on...  
tunnissa. Ehtimät /...  
Now on tuotenimi...  
...  
Nutrition Information /...  
nutritionnelle /...  
Ravintosisältö /...  
Energy / Energie /...  
Fat / Fett /...  
of which saturated...  
dont acides gras...  
josta tyydyttyjä /...  
Carbohydrate /...  
Hiilihydraatti /...  
of which sugars...  
zucker /...  
Fibre / Ballaststoffe /...  
Kostiber...  
Protein / Eiweiß /...  
Salt / Salz /...  
...  
J / 536 kcal

Pringles Original

4,00 €

200 g

2,00 €/100 g

0 037000 440147

Pringle

4,00 €

200 g

2,00 €/100





Ga

**DISCOUNT-  
BILLIG!**

**Pringles  
Original**

Stapelchips  
200g Dose

E: 29.07.20  
G: 09.07.20

10 PS  
1221236 1045



5053990138722

4 Ordner

**2.51**

(100 g = 1.26)

nd in the T&Cs below \*\* GR, CY, IS, MT only 18+. To enter parties...  
prizes available, 2 prizes available to be won each day 3 weekly...  
Includes: 1 x Polaroid Now camera and 1 x Polaroid film pack. Prizes...  
full T&Cs and how to enter visit Pringles.com. \*\* (EU) 17.06.2020  
vom 17.06.2020 bis zum 28.09.2020 den Chargencode nr. 622 Siegen...  
oder nach dem im Vorfeld zufällig ermittelten Siegenmoment ergebn...  
wöchentlichen Gesamtverlosungen in diesem Zeitraum ist, bei dem ge...  
Kamera und 1 Polaroid Filmpack. Polaroid Now ist der Produktions...  
Bilichtung in CH. Beleg aufbewahren. Die vollständigen Teilnahme...  
ervée aux personnes âgées de 18 ans et plus. Pour participer, achetez...  
a » seront mis en jeu. 6 cadeaux mis en jeu par jour. Le premier...  
de promotionnelle : les participations reçues entre le 20.06.2020...  
participation par heure maximum. 1 cadeau par personne maximum...  
uit et ne fait pas référence au potentiel moment du gain. Avec à...  
voir conditions générales complètes et modalités de participation...  
arkkoodi 17.6.2020-28.9.2020. Kampanjaosa on voimassa 02.06.2020...  
1 osallistuminen tunnissa. Enintään 1 palkinto henkilö...  
jälkeen on mahdollista ilman ostoa. Polaroid Now on...  
es.com. \*\* (EU) Kun for Norge, Finland og Danmark...  
den 17.06.2020 og 28.09.2020. 620 øyeblikkspremier er...  
20 og 19.10.2020, 1 premie per trekkning. Maks. 1 utvalg...  
er nødvendig. Dettekaise utan kjøp er mulig. «Polaroid...  
er for dettekaise kan du gå til Pringles.com.

Pringles Classic Border logo and Polaroid Now  
© 2019 PLR IP Holdings, LLC.  
e200g  
www.pringles.com

Original



Original

pop  
play  
eat\*

Chilling®

Pringles Original 200g

2,51

100 g = 1,26

PM

E



0 039052 800092

5053990138722 2000 07.07.20



**Chips**

**Pringles**

190 g / 200 g

1 kg

6.05/5.75

**-54%**

statt **2.51**

**Aktion**

**1.15**



429130  
KW2043 SA-SA





PRINGLES ORIGINAL 200G

24.09.2020 / WG 24

0087 0085

00000 - 00 19 DS

5053990138722

**2,54**

100GR=1,27

EDEKA



**Red Bull Energy Drink 0,25 l Dose**

**1,19 €**

6,09 € inkl. Versand

Günstigster Gesamtpreis



Sofort lieferbar

DHL

MY GOURMET 24  
100% BIOLOGISCH & VEGETARISCH



3 Meinungen

Zum Shop

**Red Bull Energy Drink Dose 0,2500 l**

**1,39 €**

7,38 € inkl. Versand



Pünktliche Lieferung:

1 - 4 Tage

DHL UPS

Go die Weinstraße



78 Meinungen

Zum Kauf  
über **idealo**

**Red Bull Energy Drink Dose 0,2500 l**

**1,39 €**

7,38 € inkl. Versand



1 - 4 Tage

DHL UPS

Go die Weinstraße



78 Meinungen

Zum Shop

**Red Bull Energy Drink 250ml**

**1,45 €**

7,44 € inkl. Versand



sofort lieferbar

DHL

World of Sweets



4 Meinungen

Zum Shop

**Red Bull Classic 0,25l**

**2,19 €**

9,18 € inkl. Versand



2-4 Werktage

DHL

BottleWorld  
the leading for online wine & spirits



51 Meinungen

Zum Shop



RED BULL  
**Energy Drink**

v. Sorten/koffeinhalt.  
250-ml-Dose  
zzgl. Pfand 0.25 €

100 ml = 0.42 €

1001900

**EINWEG**

**1.05**



**EINWEG**

71743

DPG Red Bull 0,25l

**2,49 EUR**



0 000090 162695

Preis pro 1,000 l  
9,96 EUR

Pfand: 0,25 EUR



Red Bull ALU 0,25l DPG

**1,06**

+ 0,25 Pfand

E



0 007606 830048

EINWEG

100 ml = 0,42

0000090162565

1

30.06.20



**Red Bull**<sup>®</sup>

€ 2.79



WEG

4060800178 602  
4 Ordersatz

0925641 1053

**EIN-  
WEG**

**Red Bull  
Energy Drink**

Einweg Dose  
0,25l Dose  
Pfand 0.25

Preis+Pfand 1.30

**1.05**

(100 ml = 0.42)

E: 03.07.20  
G: 06.07.20



90162565  
4 Ordersatz

30 PS  
1066183 1053

# EINWEG

+ -.25 Pfand

## Red Bull Energy Drink

Classic  
250-ml Dose

# 1.05

0003452

100 ml = -.42

2 M

# EINW

+ -.25 Pfand

## Monste Energy D

Mega  
0,568-l Dose

# 1.6

0003756

1 L = 2.87

05  
Oliven  
grün/schwarz  
- .76

Oliven  
1.15

Sardinen  
- .76

MSC  
Heringfilets  
- .76

MSC  
Heringfilets  
- .86





Red Bull ALU 0,25l DPG

**1,05**  
+ 0,25 Pfand

EINWEG 100 ml = 0,42



000090162565 1 09.07.20

Red



POWER HORSE - Energy Drink.  
Ingredients: water, sugar, dextrose, acid: citric acid, carbon dioxide, vitamin B6, vitamin B12). Pasteurized.  
Not recommended for children below 18 y.o., for women who are pregnant or breastfeeding, and for people with hypertension, diabetes, kidney disease, or other medical conditions. The recommended daily intake should be seen at the bottom of the can. Serve chilled.  
High caffeine content (32 mg / 100 ml). Not recommended for children, pregnant women, and people with hypertension, diabetes, kidney disease, or other medical conditions. The recommended daily intake should be seen at the bottom of the can. Serve chilled.  
Consumption immediately after opening. Production date, best before date, and batch number see at the bottom of the can. Serve chilled.  
POWER HORSE - Energy Drink.  
Ingredients: water, sugar, dextrose, acid: citric acid, carbon dioxide, vitamin B6, vitamin B12). Pasteurized.  
Not recommended for children below 18 y.o., for women who are pregnant or breastfeeding, and for people with hypertension, diabetes, kidney disease, or other medical conditions. The recommended daily intake should be seen at the bottom of the can. Serve chilled.  
High caffeine content (32 mg / 100 ml). Not recommended for children, pregnant women, and people with hypertension, diabetes, kidney disease, or other medical conditions. The recommended daily intake should be seen at the bottom of the can. Serve chilled.  
Consumption immediately after opening. Production date, best before date, and batch number see at the bottom of the can. Serve chilled.

2201429 A 071 0024 19.10.20 4669

**ENERGY DRINK**  
**DS L RED BULL**  
**0,25l DS ●**

~~4.95~~  
**0.92**

**EINWEG**  
**+ Pfand 0.25**  
**100 ml = 0.37€**



90162565



Am besten eiskalt.  
Kohlensäurehaltig.

Am besten eiskalt.  
Kohlensäurehaltig.

Red Bull



ENERGY DRINK

Red Bull



ENERGY DRINK

Mit Taurin. Belebt Geisteskräfte

Mit Taurin. Belebt Geisteskräfte

Mit Taurin. Belebt Geisteskräfte

RBullEner 0,25l Ds  
2,69 EUR

1 Stück

Pfand: 0,25 EUR

67265

1l = 10,76 EUR

**EINWEG**



# Red Bull

ENERGY DRINK

**trinkgut** voll toll

aktion

aktion

aktion

0,25L DS  
**35**  
100ML=0,54  
EDEKA

EIN  
WEG

RED BULL  
zzgl. 0,25 Pfand

0,25L DS

16.10.2020 / WG 31



00000 - 00 1 DS  
90162665

**0,85**

100ML=0,34  
EDEKA

EIN  
WEG