

# 8. Kapitel: Oligopol und monopolistische Konkurrenz

Angebotsmonopol und Konkurrenz sind zwei mögliche Marktformen (siehe 7. Kapitel). Weitere häufige Marktformen sind:

- **Angebotsoligopol:** Dieses kennzeichnet sich durch wenige Anbieter und durch viele Nachfrager. Beispiele: Autohersteller/Erdölfirmer/OPEC
- **Monopolistische Konkurrenz:** Diese Marktform weist wie bei der Konkurrenz viele Anbieter auf; das angebotene Gut unterscheidet sich aber leicht von den andern Anbietern. Beispiele: Leistungen der Detailläden in einer Stadt / Coiffeure in einer Stadt

**Uebersicht** (Tab. 8-1 ergänzen\*):

| Merkmal            | vollständige Konkurrenz      | unvollständige Konkurrenz  |                  |                      |
|--------------------|------------------------------|----------------------------|------------------|----------------------|
|                    |                              | monopolistische Konkurrenz | Angebotsoligopol | Angebotsmonopol      |
| Anzahl Anbieter    |                              |                            |                  |                      |
| Eintrittsbarrieren |                              |                            |                  |                      |
| Beispiel           | Gemüsestände auf einem Markt | Detailläden                | Autohersteller   | de Beers (Diamanten) |

Tab. 8-1

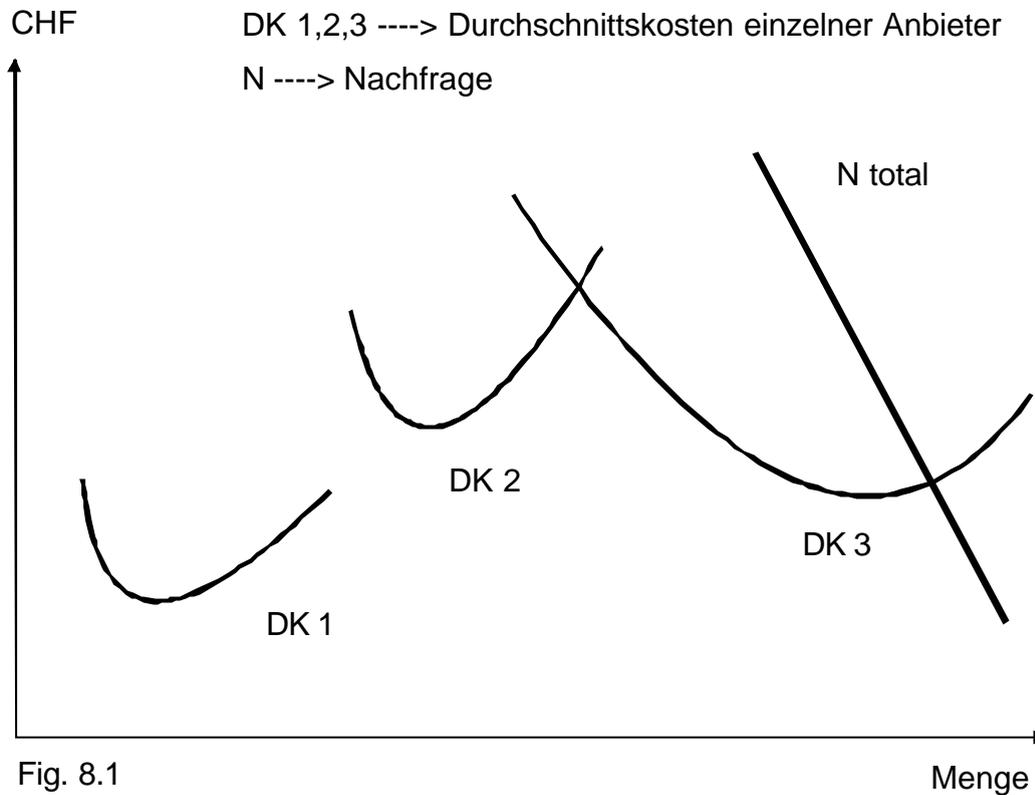
## 1. Warum gibt es unterschiedliche Marktformen?

Neben rechtlichen Gründen (Patent) und Gründen der Natur (de Beers) spielen die Durchschnittskosten eine Rolle. Zeigen Sie bei der folgenden Darstellung, bei welcher Höhe des Marktpreises die Konkurrenz, ein Oligopol oder ein Angebotsmonopol denkbar sind.

Fig. 8-1 (siehe Seite 2)

**Frage** zur Fig. 8-1\*:

Was passiert, wenn sich die Nachfragekurve stark nach links verschiebt?



## 2. Angebotsoligopol

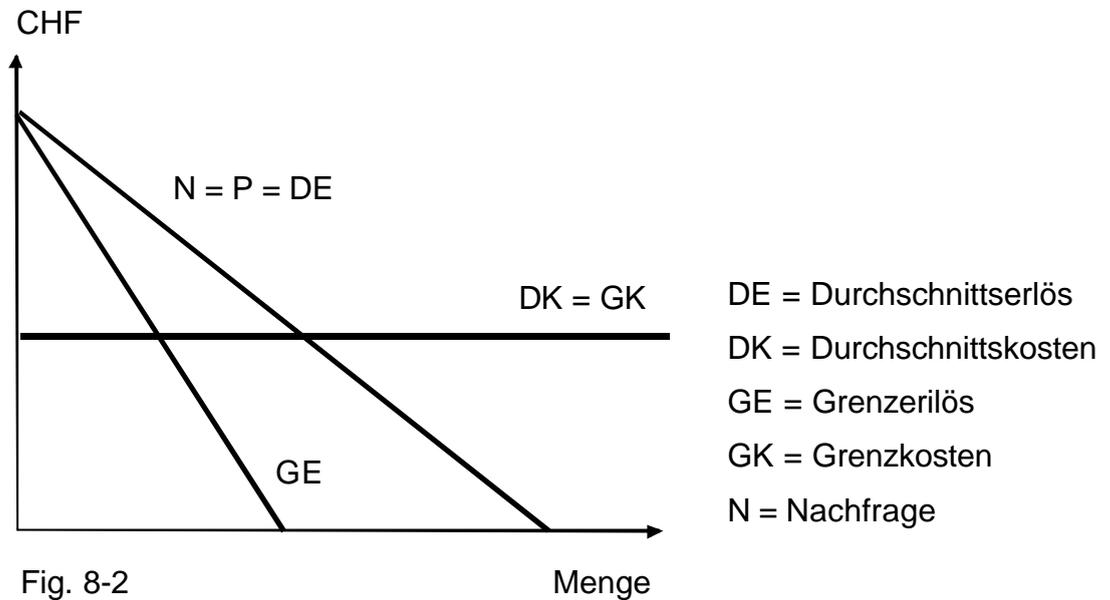
Dem Angebotsoligopolisten stehen zwei unterschiedliche Verhaltensmöglichkeiten zur Verfügung:

- **Absprachen** mit den andern Oligopolisten zwecks Wettbewerbsbeschränkung  
Argument: "Wenn ich den Preis senke, senken ihn auch die andern; also ist es besser, zusammenzuarbeiten." Die Kartell- bzw. Wettbewerbsbehörden haben natürlich keine Freude an einer solchen Zusammenarbeit; in vielen Ländern sind solche Absprachen nicht zulässig.
- **Ruinöser Wettbewerb.**  
Argument: "Wenn ich den Preis senke, grabe ich den andern das Wasser ab und mache Zusatzgewinne."

### 2.1. Absprache zwischen den Angebotsoligopolisten

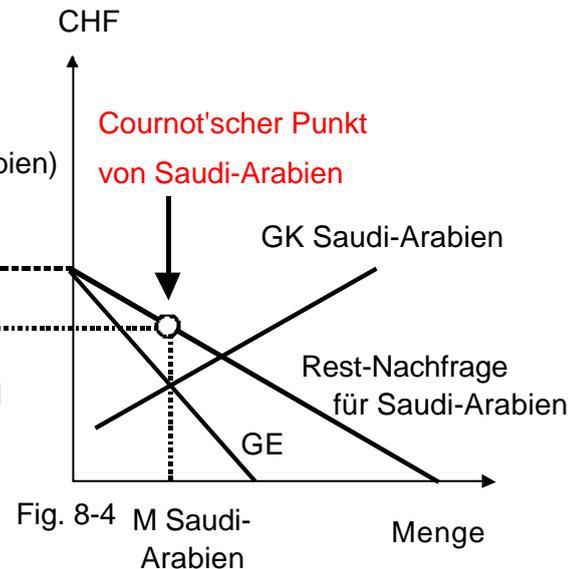
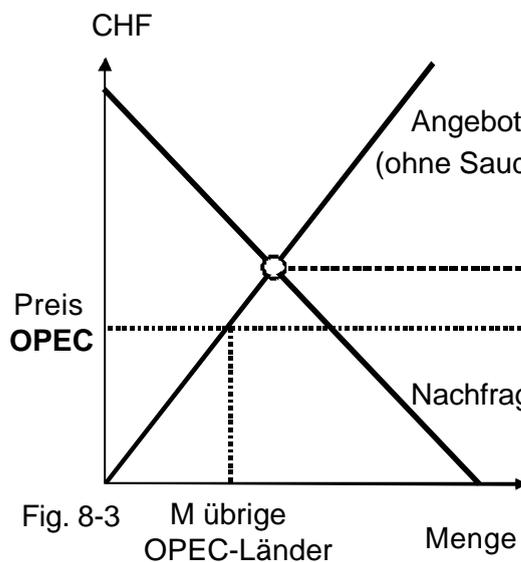
Dadurch verhalten sich die Oligopolisten wie Angebotsmonopolisten. Mengen und Preise werden festgesetzt. Die Mengen und die Gewinne sind unter den einzelnen Oligopolisten aufzuteilen.

Zeigen Sie das Gleichgewicht bei Oligopolabsprache anhand der Fig. 8-2\*.



**Frage:** Welche Gefahr besteht im Falle von Absprachen\*?

**Fallstudie:** Warum funktionierten OPEC-Absprachen so lange?



Das Geheimnis des OPEC-Erfolges bestand darin, dass sich Saudi-Arabien (grösster Anbieter) gleichzeitig als Angebotsmonopolist wie auch als Puffer verhielt, dass sich aber die übrigen OPEC-Mitglieder in einer Konkurrenzsituation befanden. Saudi-Arabien war damit der dominante Anbieter. Sein Cournot'scher Punkt bestimmte letztlich den Oelpreis der OPEC.

**Frage zur Fallstudie\*:**

Was passierte mit der Nachfragekurve für saudiarabisches Oel, als

- neue Erdölvorkommen entdeckt wurden;
- die Nachfrage nach Erdöl wegen Rezession/Substitution zurückging?

## 2.2 Ruinöser Wettbewerb

Der Angebotsoligopolist muss die Reaktion seiner Kollegen beachten. Falls er die Preise senkt, werden auch die andern die Preise senken. Das Spiel kann von vorne beginnen, bis der schwächste Oligopolist ruiniert wird.

Auch Preiserhöhungen können zum Ruin führen. Die andern Oligopolisten könnten nicht mitziehen, so dass Kunden abwandern, was auch zum Ruin führen könnte.

**Fazit:** Der Oligopolist kann einer **geknickten Nachfragekurve** gegenüberstehen.

Zeichnen Sie in Fig. 8-5 die Grenzerlöse und das Gleichgewicht ein\*.

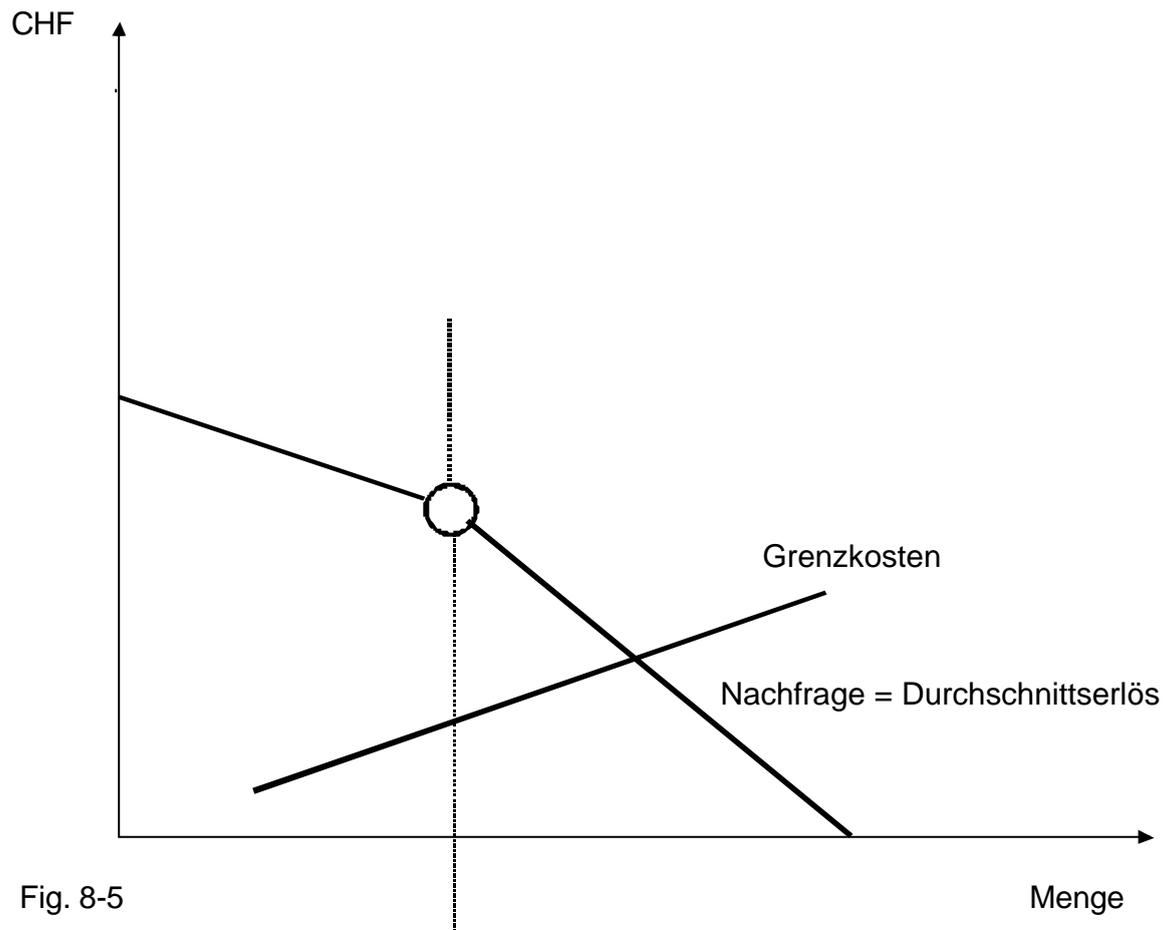


Fig. 8-5

## 3. Monopolistische Konkurrenz

**Merkmal:** Jeder Anbieter steht in geringem Umfang einer fallenden Nachfragekurve gegenüber, obwohl es viele Anbieter gibt. Die angebotenen Güter sind nur beschränkt substituierbar. Man redet von **Produktdifferenzierung**.

**Gründe:**

- örtliche Lage: Laden um die Ecke
- sachlicher Punkt: Markentreue

## 4. Uebungen\*

### 4.1. Nachfragekurve für eine ganze Branche

|       |    |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|-------|----|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| Preis | 1  | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| Menge | 10 | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1  |

Tab. 8-2

- Besteht ein Gleichgewicht, falls ein Angebotsmonopol besteht (Grenzkosten = Durchschnittskosten = 3)?
- Statt eines Monopols gibt es zwei Anbieter (Grenzkosten = Durchschnittskosten = 3). Welches Gleichgewicht entsteht bei Absprache? Lohnt sich die Absprache?

### 4.2. Ein Angebotsoligopolist produziert mit folgenden Kostenbedingungen: Grenzkosten = Durchschnittskosten = 3. Ferner steht er folgender geknickter Nachfragekurve gegenüber:

|       |    |    |    |    |    |    |    |   |   |   |
|-------|----|----|----|----|----|----|----|---|---|---|
| Preis | 20 | 19 | 18 | 17 | 16 | 15 | 12 | 9 | 6 | 3 |
| Menge | 0  | 1  | 2  | 3  | 4  | 5  | 6  | 7 | 8 | 9 |

Tab. 8-3

- Welches Gleichgewicht besteht?
- Wie hätten sich die Kosten zu verändern, damit der Angebotsoligopolist den Preis erhöht?