

■ Das Oligopol Merkblatt



[Lösungen](#)

Definition:

Unter einem **Oligopol** (Angebotsoligopol) versteht man eine Marktform, bei der sich in einem Marktsegment viele Nachfrager und nur wenige Anbieter gegenüberstehen. z.B. Strommarkt in Deutschland

Oligopson/Dyopol:

Stehen viele Anbieter hingegen wenigen Nachfragern in einer Branche gegenüber, spricht man vom **Oligopson** (Nachfrageoligopol).

Umfasst die Angebotsseite genau zwei Anbieter, spricht man hingegen vom **Dyopol**.

z.B. Flugzeugproduktion Boeing und Airbus

Preisbildung:

Zwischen Oligopolisten besteht eine strategische Interpendenz.

Die wenigen Anbieter in einem Marktsegment befinden sich in ihren Handlungsentscheidungen, insbesondere wenn es um Preisentscheidungen geht in einer gegenseitigen Abhängigkeit.

Und diese Abhängigkeit ist ihnen bewusst.

Im freien Spiel von Angebot und Nachfrage ist die Beziehung zwischen Nachfragern einerseits und Anbieter andererseits für die Preisbildung eines Produkts relevant.

In einem oligopolen Marktgeschehen hingegen werden Preisentscheidungen maßgeblich hinsichtlich ihrer Wirkung auf Konkurrenten getroffen.

Die Erhöhung von Marktanteilen ist oft wichtiger als die reine Gewinnorientierung.

■ Das Oligopol Merkblatt

Deshalb herrscht in oligopolen Strukturen oft ein harter Verdrängungs- (Wettbewerb).

Dieser Wettbewerb wird einerseits über den Preis und andererseits über Innovationen ausgetragen.

Merkmale:

- wenige Anbieter viele Nachfrager
- Preisführer bestimmt die Marktpreise
- die Oligopole verfügen in ihrem Bereich über hohe Marktanteile
- Gefahr der [Kartell](#)bildung bei homogenen Oligopolen
- Innovationen bei heterogenen Oligopolen
- Mitbewerber werden in der Vorgehensweise imitiert
- Ruinöser Wettbewerb um Marktführerschaft
- Augenmerk gilt den Mitbewerbern und nicht nur dem Kunden
- Starre Preisgestaltung aufgrund der Mitbewerber

Homogene vs. heterogene Oligopole:

Hinsichtlich der erzeugten Produkte kann man Oligopole aufteilen in:

a) homogene Oligopole:

Bei homogenen Oligopolen handelt es sich um ein Marktsegment, bei dem die Produkte vom Konsumenten als identisch wahrgenommen werden und damit leicht substituierbar sind.

z.B. Anbieter von Strom (EON, RWE, EnBW und Vattenfall in Deutschland)

b) heterogene Oligopole:

Bei heterogenen Oligopolen hingegen handelt es sich um ein Marktsegment, bei dem sich die Produkte der einzelnen Anbieter unterscheiden.

■ Das Oligopol Merkblatt

Hier herrscht ein Wettbewerb für das bessere Produkt. z.B. Smartphones (Apple, Huawei, Samsung)

Oligopolmodelle:

Nachfolgend werden einige der gängigsten Oligopolmodelle angeführt:

a) Cournot-Oligopol:

Hier entscheiden die Marktteilnehmer im Vorhinein simultan über die Angebotsmengen.

b) Stackelberg-Wettbewerb:

Hier entscheiden die Marktteilnehmer im Vorhinein hintereinander über die Angebotsmengen.

c) Bertrand-Wettbewerb:

Hier entscheiden die Marktteilnehmer im Vorhinein simultan über die Angebotspreise.

d) Preisführerschaft:

Hier entscheiden die Marktteilnehmer im Vorhinein hintereinander über die Angebotspreise.

e) Kreps-Scheinkman-Modell:

Hier entscheiden die Marktteilnehmer zunächst simultan über den Aufbau von Kapazitäten und danach simultan über die Angebotspreise.

f) Hotelling-Modell:

Hier entscheiden die Teilnehmer vorab über ihre Positionierung (räumlich oder durch Produktvarianten).

g) Sweezy-Modell:

Hier entfällt der Preis als Wettbewerbsoption und wird durch Werbung und Serviceleistungen substituiert.