

Lernzettel

Unvollkommener Wettbewerb: Monopole,
Oligopole, Preisabsatzpolitik und Regulierung

Universität: Technische Universität Berlin
Kurs/Modul: Wirtschaftspolitik (4 LP)
Erstellungsdatum: September 20, 2025



Zielorientierte Lerninhalte, kostenlos!
Entdecke zugeschnittene Materialien für deine Kurse:

<https://study.AllWeCanLearn.com>

Wirtschaftspolitik (4 LP)

Lernzettel: Wirtschaftspolitik (4 LP) – Unvollkommener Wettbewerb: Monopole, Oligopole, Preisabsatzpolitik und Regulierung

(1) Grundlagen des unvollkommenen Wettbewerbs. Unter unvollkommenem Wettbewerb versteht man Märkte, in denen einzelne Anbieter Marktmacht besitzen und Preise setzen können, sodass der Preis nicht mehr durch den Grenzerlös (MR) gleich dem Grenzkosten (MC) ist. In der Praxis führt dies zu geringeren Outputmengen und zu Ineffizienzen im Vergleich zum vollkommenen Wettbewerb.

$$MR \neq P \quad \text{im Ungleichgewicht}$$

(2) Monopole. Ein Monopolist besitzt vollständige Marktmacht und wählt Menge und Preis so, dass er Maximum erreicht.

Beispielannahmen: Nachfragekurve $P(Q) = a - bQ$ mit $a > b > 0$ und Grenzkosten $MC = c$ konstant.

(2.1) Monopolgewinnmaximum. Der Grenzerlös (MR) ist bei linearer Nachfrage $MR = a - 2bQ$. Setze MR gleich MC:

$$a - 2bQ_m = c \quad \Rightarrow \quad Q_m = \frac{a - c}{2b}$$

$$P_m = a - bQ_m = \frac{a + c}{2}$$

(2.2) Wettbewerbsquantität und Preis. Wettbewerbspreis und -menge wären bei vollkommener Konkurrenz gegeben durch $P_c = c$ und $Q_c = \frac{a-c}{b}$ (wo $P=MC$).

(2.3) Wohlfahrtsverlust (DWL). Die DWL-Größe bei linearer Nachfrage und konstanten MC ist:

$$DWL = \frac{1}{2} (Q_c - Q_m) (P_m - P_c) = \frac{(a - c)^2}{8b}$$

(2.4) Grafische Intuition. Monopol produziert weniger und setzt höheren Preis als der Wettbewerb; dadurch entstehende DWL ist die Triangelhöhe zwischen der Monopol- und der konkurrenzspezifischen Nachfrage.

(3) Oligopole. Oligopole liegen vor, wenn wenige Anbieter strong Marktmacht besitzen und stark voneinander abhängige Entscheidungen treffen.

(3.1) Cournot-Absatzmodell (n identische Firmen, lineare Nachfrage). Jede Firma i wählt q_i und der Marktpreis ergibt sich aus $P(Q) = a - bQ$ mit $Q = \sum_{i=1}^n q_i$.

$$q_i^* = \frac{a - c}{b(n + 1)}, \quad Q^* = \frac{n}{n + 1} \cdot \frac{a - c}{b}, \quad P^* = \frac{a + nc}{n + 1}$$

(3.2) Bertrand-Preiswettbewerb (identische Produkte). Bei Konkurrenz über Preise streben die Anbieter einen Gleichgewichtspreis $P^{Bertrand} = MC = c$ an, sofern keine Kapazitätsrestriktionen existieren.

(4) Preisabsatzpolitik (Preisgestaltung). Strategien, mit denen Anbieter Preise variieren bzw. die Nachfrage segmentieren.

(4.1) Erste Grad Preis discrimination (perfekte Diskriminierung). Der Monopolist setzt pro Einheit den individuellen Höchstpreis fest; MR entspricht dem Preis je Einheit. Gesamtüberschuss entspricht dem gesamten Konsumentenüberschuss, kein DWL bleibt übrig.

$$MR_{\text{indiv}}(Q) = \frac{d}{dQ} \left(\int_0^Q P(s) ds \right) = MC$$

(4.2) Zweite Grad Preis discrimination (Mengenrabatte, Blockpreise). Preispläne mit unterschiedlichen Blocks (z. B. Mengenrabatte) – es gibt DWL-Reduktion gegenüber einheitlichem Preis, aber nicht vollständige Eliminierung.

(4.3) Dritte Grad Preis discrimination (Gruppenpreise). Verschiedene Gruppen mit eigener Nachfrage $P_g(Q_g)$ erhalten eigenständige Preise. Für jede Gruppe gilt:

$$MR_g(Q_g^*) = MC, \quad P_g^* = P_g(Q_g^*)$$

Die Gesamtmenge ist $Q = \sum_g Q_g^*$.

(5) Regulierung. Politische Maßnahmen zur Korrektur von Marktversagen und zur Steigerung des gesellschaftlichen Wohlfahrtsniveaus.

(5.1) Instrumente der Regulierung.

- Wettbewerbspolitik und Kartellrecht (Verhinderung von Missbrauch der Marktmacht, Fusionskontrolle).
- Regulierung natürlicher Monopole (Preisobergrenzen, Preisregulierung).
- Regulierungserträge und Anreizregulierung (z. B. Kapitalkosten, Renditebegrenzung).
- Öffentliche Bereitstellung bzw. öffentlich-private Partnerschaften.

(5.2) Risiken und Nebenwirkungen. Regulierungen können zu Regulierungskonfusion, Regulierungskapture oder Ineffizienzen führen; Polarisierung von Innovationen kann entstehen, wenn Anreize ungenügend sind.

(6) Kurzzusammenfassung. - Monopole zeigen hohe Preise und DWL im Vergleich zum Wettbewerb. - Oligopol sind durch Interdependenz gekennzeichnet; Gleichgewichte hängen stark vom Modell ab. - Preisabsatzpolitik kann DWL reduzieren oder eliminieren, je nach Grad der Diskriminierung. - Regulierung zielt darauf ab, Marktversagen zu korrigieren, muss aber sorgfältig implementiert werden, um unbeabsichtigte Folgen zu vermeiden.