

Thema	Mikroökonomie: Unvollkommener Wettbewerb
Dokumentart	Lösung Begriffsdefinitionen

Begriffsdefinitionen

Definieren Sie die folgenden Begriffe mit Ihren eigenen Worten:

1. Monopol

Ein Monopol nennt man eine Marktsituation (Marktform), in der für ein ökonomisches Gut entweder nur ein Anbieter (Angebotsmonopol) oder nur ein Nachfrager (Nachfragemonopol) existiert.

2. Monopson

Ein Monopson beschreibt eine bestimmte Form eines Monopols, bei dem nur ein Nachfrager vielen Anbietern gegenübersteht.

3. Oligopol

Eine Situation unvollkommenen Wettbewerbs, in der eine Branche nur eine kleinen Anzahl von Anbietern (Angebotsoligopol) oder einer kleinen Anzahl von Nachfragern (dominiert wird).

4. Monopolistische Konkurrenz

Unter einer monopolistischen Konkurrenz versteht man einen Markt, auf dem zwar ähnlich wie im Polypol sehr viele Anbieter auftreten, der aber unvollkommen ist. Die Unvollkommenheit kann dadurch hervorgerufen sein, dass z. B. die Nachfrager räumliche, zeitliche oder sachliche Präferenzen haben, oder weil die gehandelten Güter nicht homogen sind, sich also in gewissen Merkmalen unterscheiden (Produktdifferenzierung).

Aufgrund der Produktdifferenzierung verfügt jeder Anbieter über einen gewissen monopolistischen Spielraum, innerhalb dessen es ihm möglich ist, ähnlich wie in einem Monopol, Preis oder Menge festzulegen. In diesem monopolistischen Bereich gilt die Gewinnmaximierungsregel: Grenzerlös = Grenzkosten.

Verlässt der Anbieter den monopolistischen Bereich, gilt für ihn das Gleiche wie in einem Polypol: Der Preis ist durch den Markt diktiert, erhöht der Anbieter den Preis darüber hinaus, verliert er alle Nachfrager an die Konkurrenz.

(Formal dargestellt wird der Fall der monopolistischen Konkurrenz mit Hilfe einer zweifach geknickten Preis-Absatz-Funktion)

5. Cournotscher Punkt

Der Cournotsche Punkt ist das nach dem französischen Wirtschaftswissenschaftler Antoine Augustin Cournot benannte Gewinnmaximum eines Monopolunternehmens. Er errechnet sich aus einer verkauften Menge zu einem verlangten Preis eines Produktes minus den Produktionskosten. Typisch für den Cournotschen Punkt ist, dass das Gewinnmaximum vor dem Umsatzmaximum erreicht wird.

Im Gegensatz zum Unternehmen im vollkommenen Wettbewerb, das für sein Produkt einen Marktpreis akzeptieren muss, kann der Monopolist den Verkaufspreis gewinnmaximierend festsetzen. Er muss dabei allerdings die Reaktion der Nachfrager berücksichtigen.

6. Kartell

Ein Kartell ist eine Vereinbarung zur Regulierung von Konkurrenz. Es gibt die Kooperation wirtschaftlicher Aktivitäten von unabhängigen Unternehmen, mit dem Zweck oder der Wirkung, den Wettbewerb zu verhindern oder zu beschränken. Die Mitglieder eines Kartells versuchen oftmals die Vorteile eines Monopols zu erreichen, ohne ihre rechtliche und weitgehend auch ihre wirtschaftliche Autonomie aufzugeben. Dabei bleiben sie zwar eigenständig, unterwerfen aber bestimmte Handlungsmöglichkeiten den Absprachen des Kartells. Typischerweise handelt es sich dabei um die Preisgestaltung; es gibt aber auch andere Absprachen in einem Kartell, zum Beispiel Aufteilung von Kunden oder von Marktanteilen.