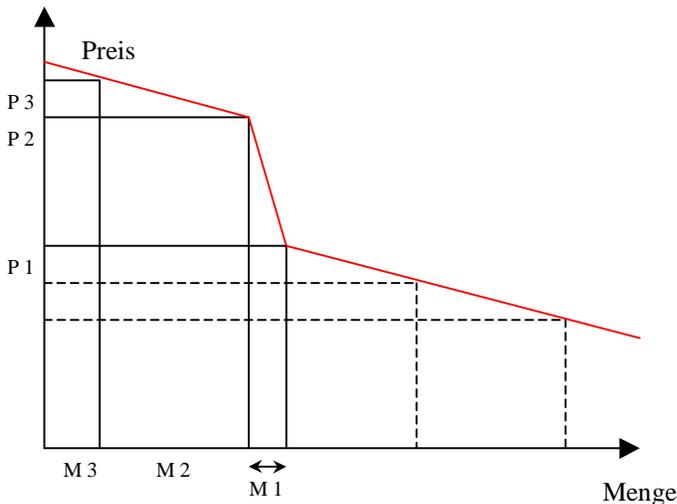


## Preisbildung in der Realität

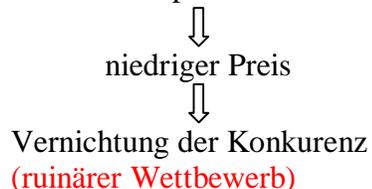
- a) **Polypol** (Viele Anbieter/viel Nachfrage)  
Preis-Absatz-Funktion des einzelnen Anbieters



- Innerhalb des monopolistischen Bereichs hat der Anbieter einen gewissen **Handlungsspielraum**:
    - ☞ auf Preisänderungen reagieren die Nachfrager nur gering! (geringe Nachfrageänderung)
  - Außerhalb des monopolistischen Bereichs muß sich der Anbieter nach den Grundsätzen der Marktpreisbildung (vgl. Theoretisches Modell) richten.
    - ☞ Auf Preisänderungen reagieren die Nachfrager sehr empfindlich (große Nachfrageänderung)
- b) **Oligopol** (Wenig Anbieter / viel Nachfrage)  
**Besonderheit:** Marktanteil jedes einzelnen ist so groß, dass die Maßnahmen eines Marktteilnehmer stets im Absatzbereich seiner Mitkonkurrenten spürbar sind.

### Strategien der Preisbildung:

- Marktverdrängungspolitik
  - ☞ Abgehen von Prinzip der Gewinnmaximierung



- **gemeinsames Vorgehen der Oligopolisten**
- **Preisführer**
  - ☞ Ein Unternehmen ist Preisführer
  - ☞ Stillschweigende Übereinkunft

### Kritik

- Preisverhalten der Oligopolisten ähnelt dem der Monopolisten
  - ☞ Gefahr für die Marktwirtschaft