

Fachwissenschaftliche und fachdidaktische Probleme im Volkswirtschaftslehreunterricht V¹:

Polypolpreisbildung auf dem unvollkommenen Markt (Monopolistische Konkurrenz)

1. Problemstellung

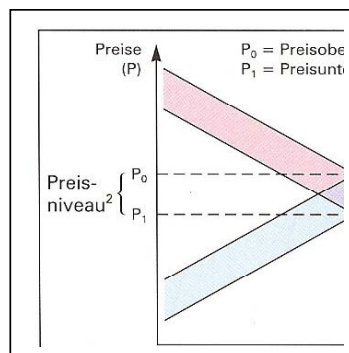
Ein Referendar steht vor der Aufgabe, in einer Klasse des Wirtschaftsgymnasiums das Thema „Preisbildung beim Polypol auf dem unvollkommenen Markt“ zu bearbeiten. Ziel der Unterrichtseinheit ist es, die zuvor an einem Modell mit restriktiven Bedingungen gewonnenen Erkenntnisse der Einheitspreisbildung auf einem vollkommenen polypolistischen Markt auf realistischere Marktformen zu übertragen. Das Polypol auf dem unvollkommenen Markt, auch als monopolistische Konkurrenz bezeichnet, gehört zusammen mit dem Oligopol zu den in der Realität am häufigsten anzutreffenden Marktformen.

Bei der Durchsicht verschiedener Schulbücher zu diesem Thema stößt der Referendar auf unterschiedliche Darstellungen.

Aufgabe: Die verschiedenen Schulbüchern entnommenen Darstellungen sollen auf ihre Eignung zur Veranschaulichung des Themas „Polypolpreisbildung auf dem unvollkommenen Markt“ untersucht werden.

2. Fehlerhafte Darstellungen zum Preisbildungsproblem beim Polypol auf dem unvollkommenen Markt

2.1 Monopolistischer Preisspielraum in Form von „Preisbändern“



Quelle: G. Hartmann, Volkswirtschaft für das berufliche Gymnasium, Merkur Verlag, Rinteln 2007, S. 75

Die nebenstehende Grafik wird in dem entsprechenden Buch wie folgt erläutert:

„Die fast unübersehbare Zahl eng verwandter Güter führt dazu, dass der Markt für die Nachfrager nur in Ausnahmefällen ‚vollkommen transparent‘ ist. Diese Tatsache allein erlaubt es den Anbietern bereits, ihre Preise innerhalb einer bestimmten Spanne festzusetzen, ohne bei Preiserhöhungen sofort alle Kunden an die Konkurrenz zu verlieren oder bei Preissenkungen alle Kunden gewinnen zu können.“

¹ Die als Artikelserie konzipierten Abhandlungen beruhen auf Erfahrungen des Autors als Fachleiter für Volkswirtschaftslehre am Seminar für Didaktik und Lehrerbildung (Berufliche Schulen) in Freiburg. Alle hier angesprochenen Themenbereiche sind ausführlich behandelt in V. Lüpertz, Problemorientierte Einführung in die Volkswirtschaftslehre, Winklers Verlag, Braunschweig, 5., überarb. Aufl., 2007 (Nr. 3328) und in den fachwissenschaftlichen Hintergrundinformationen im zugehörigen Lehrerhandbuch (Nr. 3329).

Deswegen ergibt sich bei zeichnerischer Darstellung des Angebots keine ‚Angebotskurve‘, sondern ein ‚Angebotsband‘. Dies drückt aus, dass unter den Bedingungen der unvollkommenen polypolistischen Konkurrenz ein Anbieter in der Lage ist, eine bestimmte Gütermenge innerhalb bestimmter Grenzen zu unterschiedlichen Preisen anzubieten.“²

Bei der Begründung, dass sich bei grafischer Darstellung des korrekt beschriebenen Zusammenhangs ein Angebotsband ergibt, wird auf ein für Fachhochschüler geschriebenes VWL-Buch Bezug genommen, in dem es in diesem Zusammenhang heißt: „Die grafische Darstellung zeigt keine Nachfrage- und Angebotskurve, sondern einen Nachfrage- und Angebotsgürtel, keinen Gleichgewichtspunkt, sondern einen von der Unvollkommenheit bestimmten Rhombus. Innerhalb des Gebiets des Rhombus kann der Anbieter Marktstrategie betreiben.“³

Mag die grafische Darstellung auf den ersten Blick anschaulich und plausibel erscheinen, so enthält sie doch gravierende Fehler, die von einem grundsätzlichen Verständnisproblem über die Aussagen von Angebots- und Nachfragekurven in einem üblichen Preis-Mengen-Diagramm zeugen.

- (1) Bei der erwähnten Angebotskurve soll es sich den zitierten Texten zufolge vermutlich um die individuelle Angebotskurve eines einzelnen polypolistischen Anbieters handeln. Eine eindeutige Formulierung fehlt allerdings. Bei der Nachfragekurve kann es sich dagegen nur um die Gesamtnachfragekurve aller Nachfrager auf diesem Markt handeln. Allein schon die Kombination einer individuellen Angebotskurve eines Polypolisten mit einer Gesamtnachfragekurve in ein und demselben Preis-Mengen-Diagramm ist undurchdacht und fehlerhaft. Das wäre dem Autor möglicherweise aufgefallen, wenn er versucht hätte, auf der x-Achse konkrete Werte für die angebotenen und nachgefragten Mengen einzutragen. Dabei hätte er feststellen müssen, dass die individuelle Angebotskurve mit einer völlig anderen (wesentlich kleineren) Mengenskala korrespondiert als die Gesamtnachfragekurve.
- (2) Das „Angebotsband“ bzw. der „Angebotsgürtel“ soll offensichtlich aus verschiedenen Angebotskurven eines einzelnen Anbieters bestehen, die sich innerhalb einer gewissen Bandbreite verschieben können und deren Lage innerhalb dieser Bandbreite nicht eindeutig ist.

Nach gewissenhafter Beschäftigung mit dem preistheoretischen Modell der Polypolpreisbildung auf dem vollkommen Markt müsste aber klar sein, dass nie und nimmer mehrere Angebots- oder Nachfragekurven **gleichzeitig** existieren können. Bei einer Verschiebung von Angebots- und/oder Nachfragekurven kann es sich vielmehr nur um den **Vergleich** zweier Zustände zu **unterschiedlichen Zeitpunkten** (z. B. Angebotskurve vor

² G. Hartmann, Volkswirtschaft für das berufliche Gymnasium, Rinteln 2007, S. 74. Dieselbe Formulierung findet sich seit den 1970er-Jahren in nahezu allen anderen VWL-Büchern dieses Autors.

³ D. Dahl, Volkswirtschaftslehre, 7. (und letzte) Aufl., Wiesbaden 1993, S. 208. Eine identische Formulierung findet sich in der von Hartmann zitierten 2. Aufl. (1975) auf S. 179.

und nach einer Kostenveränderung, Nachfragekurve vor und nach einer Einkommensveränderung) handeln. Diese vergleichende Betrachtung zu unterschiedlichen Zeitpunkten wird als **komparativ-statische Analyse** bezeichnet. Die Veränderungen zwischen den untersuchten Zeitpunkten drücken sich – sofern sich nicht der Preis, sondern eine andere das Angebot bzw. die Nachfrage beeinflussende Größe geändert hat – in einer **Kurvenverschiebung** aus. Dieses Problem wäre dem Autor möglicherweise aufgefallen, wenn er zu den in obiger Grafik kenntlich gemachten Preisen P_0 und P_1 auch die dazugehörigen Mengen x_0 und x_1 eingetragen und sich gefragt hätte, welche Menge der Anbieter beim Preis P_1 denn nun tatsächlich zu einem bestimmten Zeitpunkt anbietet. Der grafischen Darstellung zufolge müsste er beim Preis P_1 mehrere Mengen **gleichzeitig** anbieten. Das ist aber logisch unmöglich.

- (3) Das „Nachfrageband“ wird wie folgt zu erklären versucht: *„Umgekehrt besitzen auch die Nachfrager keine eindeutige Preisvorstellung. (Will beispielsweise eine Mutter ihrem Kind einen Pullover kaufen, hat sie die Vorstellung, dass sie ‚etwa‘ 20,00 € ausgeben möchte. Die Nachfrage stellt sich also ebenfalls als ein ‚Band‘ dar.)“*⁴

Bei dem Versuch, diesen zunächst plausibel erscheinenden Zusammenhang in einem Preis-Mengen-Diagramm als „Nachfrageband“ darstellen zu wollen, erliegt der Autor zum wiederholten Mal der Versuchung, die in der Mikroökonomie eindeutig feststehenden Abhängigkeitsverhältnisse zwischen bestimmten ökonomischen Größen nach Belieben zu ändern und die Kausalitäten umzukehren.⁵ Bei der in einem Preis-Mengen-Diagramm dargestellten Nachfragekurve ist der **Preis immer die unabhängige Variable** und die **geplante Nachfragemenge immer die abhängige Variable**. Vor diesem Hintergrund darf die in einer Nachfragekurve wiedergegebene Fragestellung nicht lauten: „Wie viel ist die Konsumentin für einen Pullover zu zahlen bereit?“ Es muss vielmehr gefragt werden: „Wie viele Pullover würde die Konsumentin nachfragen, wenn der Preis eines Pullovers 50 € betragen würde, und wie viele würde sie nachfragen, wenn der Preis auf 60 € steigen würde?“ Wenn die Konsumentin sowohl bei einem Preis von 50 € als auch bei einem Preis von 60 € **einen** Pullover kaufen würde, wäre ihre Nachfragereaktion im Preisbereich von 50 € bis 60 € völlig starr, da sich trotz Preisänderung die nachgefragte Menge nicht ändert. Die entsprechende Nachfragekurve würde in diesem Bereich parallel zur Ordinate verlaufen, sich aber keinesfalls als „Nachfrageband“ in Form von parallel zueinander verlaufenden Nachfragekurven darstellen.

Die offensichtlich untaugliche Darstellung der Preisbildung auf einem unvollkommenen polypolistischen Markt mithilfe von Angebots- und Nachfragebändern erscheint anderen Autoren allerdings als selbstverständliches und nicht mehr zu hinterfragendes Allgemeingut der Volkswirtschaftslehre, sodass sie nicht nur

⁴ G. Hartmann. a.a.O.

⁵ Zu anderen Beispielen, denen derselbe Denkfehler zugrunde liegt, vgl. V. Lüpertz, Fachwissenschaftliche und fachdidaktische Probleme im Volkswirtschaftslehreunterricht VI: Angebotskurve, in: Winklers Flügelstift, Beiträge für die kaufmännische Aus- und Weiterbildung in Schule und Betrieb, Heft 2/2005, S. 20 ff.

diese Darstellung kritiklos (und ohne Quellenangabe) übernehmen⁶, sondern – wie im folgenden Abschnitt gezeigt wird – sich sogar daran machen, diesen falschen Ansatz noch zu „verfeinern“ und zu „perfektionieren“.

„Allgemeine Marktsituation: Auf den unvollkommenen Märkten ... gibt es bei atomistischer Konkurrenz (Vielzahl von Anbietern und Nachfragern) weder eine einheitliche Angebotskurve noch eine solche Nachfragekurve. Es sind stattdessen viele individuelle Angebots- und Nachfragekurven vorhanden, die zusammen ein Angebots- bzw. ein Nachfrageband bilden (siehe Abb. 2, S. 6). Da es innerhalb dieser Bänder viele Schnittpunkte gibt, sind auf einem unvollkommenen Markt unterschiedliche Preise vorhanden.“⁷

Die Grenzen dieser unterschiedlichen Preise sollen in Abb. 2 durch die Schnittpunkte der jeweils äußersten Angebots- und Nachfragekurven in der Form dargestellt werden, dass der Schnittpunkt zwischen den Kurven N_1 und A_1 die Obergrenze und der Schnittpunkt zwischen den Kurven N_2 und A_2 die Untergrenze des Preisspielraums auf dem Gesamtmarkt darstellt.

Bei dem in Kap. 2.1 dargestellten Ansatz enden Darstellung und Erläuterung der vermeintlichen Angebots- und Nachfragebänder an dieser Stelle. Im vorliegenden Fall soll dieses „Ergebnis“ aber noch „getoppt“ werden, indem diese angeblich für den Gesamtmarkt geltende Darstellung (deren Quelle aber nicht angegeben wird) mit einer für einen einzelnen Anbieter geltenden Darstellung wie folgt zu kombinieren versucht wird.

2.2 „Preisbänder“ in Kombination mit einer doppelt geknickten „individuellen Nachfragekurve“

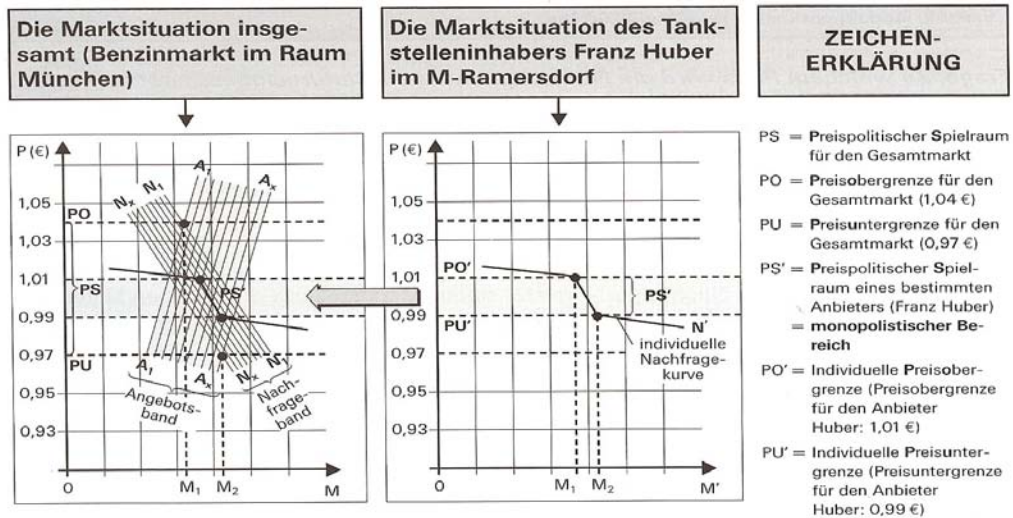


Abb. 2

Abb. 3

Quelle: H.W. Stierand, Markt und Preis, Arbeitsmaterialien für den handlungsorientierten Betriebslehreunterricht, Winklers Verlag, Darmstadt 2001, S. 45

⁶ Siehe dazu beispielsweise K. Möller, Preisbildung 4: Preisbildung auf unvollkommenen Märkten, in: bankfachklasse, Heft 3/2005, S. 28.

⁷ H. W. Stierand, Markt und Preis, Arbeitsmaterialien für den handlungsorientierten Betriebslehreunterricht, Darmstadt 2001 (letzte Aufl. 2005), S. 44 und ders., Allgemeine Wirtschaftslehre für kaufmännische Berufsschulen, 1. Aufl., Darmstadt 1993, S. 92

„Die Marktsituation eines einzelnen Anbieters (individuelle Nachfragesituation): Auf dem unvollkommenen Markt hat jeder Anbieter einen gewissen Preisspielraum. Dieser preispolitische Aktionsradius ist in der Regel nicht identisch mit den für den Gesamtmarkt geltenden Preisober- und -untergrenzen. Im vorliegenden Beispiel liegen die Preisober- und -untergrenzen für den Gesamtmarkt bei 0,97 € und 1,04 €. Die preispolitischen Möglichkeiten für den einzelnen Anbieter (Tankstelle Huber in M-Ramersdorf) sind jedoch in der Regel wesentlich enger. Sie liegen im Beispiel zwischen 0,99 € und 1,01 € und richten sich nach den für den einzelnen Anbieter geltenden Marktbedingungen. Bei einer Erhöhung des Angebotspreises bis zur Preisobergrenze (1,01 €) muss unser Anbieter nicht befürchten, dass es zu großen Umsatzeinbußen (Nachfragerückgängen) kommt. Umgekehrt führen Preissenkungen, soweit sie die Preisuntergrenze (0,99 €) nicht unterschreiten, wegen der Unvollkommenheiten des Marktes nur zu begrenzten Umsatzzuwächsen. Die Nachfragekurve ist also in diesem Bereich sehr unelastisch, sie verläuft verhältnismäßig steil.“⁸

Abgesehen davon, dass

- von der im letzten Satz des Zitats erwähnten Steigung der Nachfragekurve nicht auf die Elastizität der Nachfrage geschlossen werden kann (und umgekehrt)⁹
- das Beispiel der Preisgestaltung für Benzin an Tankstellen wegen der Preisvorgaben der Mineralölkonzerne kein geeignetes und typisches Beispiel für ein Polypol auf dem vollkommenen Markt ist,

werden bei dieser Darstellung nicht nur sämtliche der unter 2.1 diskutierten Fehler wiederholt, sondern noch zusätzliche Ungereimtheiten hinzugefügt.

- (1) Die Angebots- und Nachfragebänder beziehen sich nach Aussage des Autors auf den **Gesamtmarkt**. In dasselbe Preis-Mengen-Diagramm wird aber eine Kurve eingezeichnet, die sich nur auf einen einzelnen Anbieter bezieht und in verwirrender Weise als „individuelle Nachfragekurve“ bezeichnet wird (vgl. 3). Hier gilt das Gleiche wie unter 2.1 Ziffer 1. dargelegt: Die Kombination einer sich auf einen einzelnen Anbieter beziehenden Kurve einerseits mit Gesamtangebots- und Gesamtnachfragekurven andererseits in ein und demselben Preis-Mengen-Diagramm verbietet sich schon allein wegen dafür notwendigen unterschiedlichen Skalierung der Mengenachse.
- (2) Das angebliche Zustandekommen der Angebots- und Nachfragebänder wird in der Form beschrieben, dass anders als im Normalfall „viele individuelle Angebots- und Nachfragekurven vorhanden [sind], die zusammen ein Angebots- bzw. ein Nachfrageband bilden.“¹⁰

Dem ist zu entgegnen: Bei der Marktform des Polypols gibt es definitionsgemäß **immer** viele verschiedene individuelle Angebotskurven, da sich

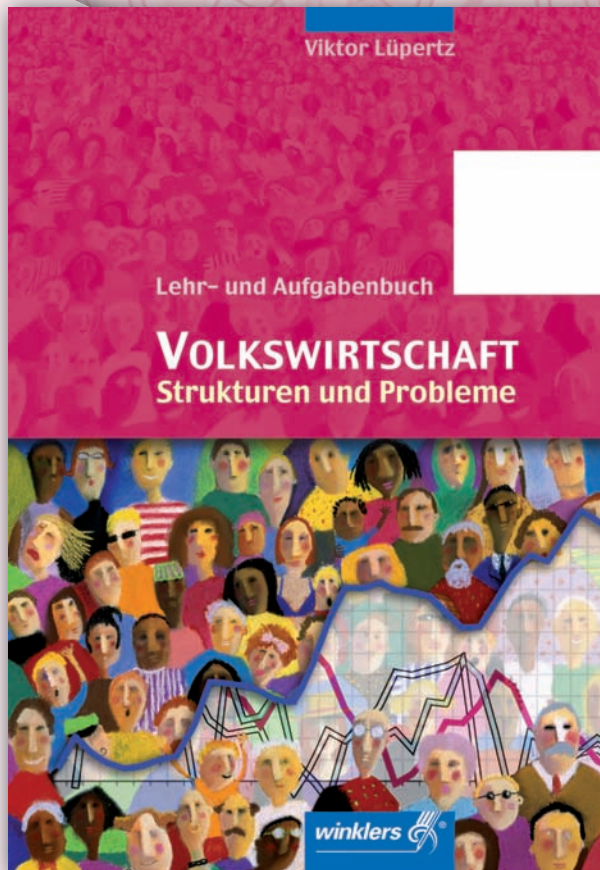
⁸ H. W. Stierand, a. a. O., S. 44

⁹ Siehe dazu V. Lüpertz, Fachwissenschaftliche und fachdidaktische Probleme im Volkswirtschaftslehreunterricht IV: Ableitung der Nachfragekurve, in: Winklers Flügelstift, Beiträge für die kaufmännische Aus- und Weiterbildung in Schule und Betrieb, Heft 1/2005, S. 52–60

¹⁰ H. Stierand, a. a. O., S. 44

Aktuelles in der Neuaufgabe

- topaktuelles statistisches Datenmaterial (Stand März 2008) zu den Bereichen Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung (VGR), Wirtschaftspolitik (Konjunktur-, Arbeitsmarkt- und Einkommensentwicklung), Geldpolitik sowie Außenwirtschaft
- zahlreiche aktualisierte Schaubilder und Übersichten
- umfangreiches Material zur Übung und Vertiefung mit aktuellen Bezügen



Neuaufgabe 2008

Dr. Viktor Lüpertz

Volkswirtschaft – Strukturen und Probleme

Lehr- und Aufgabenbuch,

2., aktual. Auflage, 2008, 400 S., zweifarbig,
978-3-8045-6010-9 □ 28,50 €

Lösungen, 124 S.

978-3-8045-6011-6 ◆ 14,00 €

CD-ROM

978-3-8045-2126-1 ▼ 14,95 €

Stand der Preise: 2008

die Angebotskurven der Unternehmen immer dann voneinander unterscheiden, wenn unterschiedliche Kostenstrukturen vorliegen. Dies ist völlig unabhängig davon, ob es sich um ein Polypol auf dem vollkommenen oder auf dem unvollkommenen Markt handelt. Die Behauptung, dass sich bei einem unvollkommenen Markt aus diesen vielen Angebotskurven ein „Angebotsband“ ergäbe, ist falsch. Unabhängig von der Vollkommenheit oder Unvollkommenheit des Marktes entsteht aus der Zusammenfassung der zahlreichen individuellen Angebotskurven immer nur **eine** Gesamtangebotskurve (Marktangebot). Zu einem bestimmten Zeitpunkt kann es für einen einzelnen Anbieter immer nur **eine einzige Angebotskurve** geben, weil den unterschiedlichen Preisen immer nur **eine** gewinnmaximale Menge (= optimaler Produktionsplan) des Anbieters entspricht. Entsprechend kann es zu einem bestimmten Zeitpunkt auch immer nur **eine einzige Gesamtangebotskurve** geben. Würden für einen einzelnen Anbieter oder auf dem Markt **gleichzeitig** mehrere Angebotskurven existieren, würde das bedeuten, dass zu einem **bestimmten Preis** (z. B. $p = 10$) **gleichzeitig verschiedene Mengen** (z. B. $x_1 = 5$ und $x_2 = 7$) angeboten würden. Das ist logisch unmöglich. **Mehrere Angebotskurven** kann es nur zu **unterschiedlichen Zeitpunkten** geben, nachdem es im Zeitablauf z. B. durch Veränderung der Kosten zu einer Verschiebung der ursprünglichen Angebotskurve gekommen ist (vgl. 2.1 Ziffer 2).

- (3) Während der Verlauf der für einen einzelnen Anbieter geltenden Kurve in Abb. 3 zutreffend dargestellt ist (vgl. 3.1), ist aber die Bezeichnung der Kurve als „individuelle Nachfragekurve“ missverständlich und verwirrend. Dass ein einzelner Anbieter allenfalls eine individuelle Nachfrage nach Produktionsfaktoren, aber nicht nach dem von ihm selbst angebotenen Gut entwickeln kann, ist offensichtlich. Die allgemeine Definition einer individuellen Nachfragekurve lautet:

Die individuelle Nachfragekurve zeigt, wie viele Mengeneinheiten eines Gutes ein Konsument jeweils bei unterschiedlichen Preisen dieses Gutes in einer bestimmten Zeiteinheit nachzufragen plant.

Diese Definition lässt sich mit der in Abb. 3 dargestellten Kurve nicht in Einklang bringen, da es sich hier nicht um einen Nachfrager, sondern um einen Anbieter handelt, dem nach dieser Darstellung eine Nachfragekurve zuzuordnen ist. Gemeint ist hier der Teil der Gesamtnachfragekurve, die für den Anbieter bedeutsam ist. Es handelt sich also um die Nachfragekurve, der sich der einzelne polypolistische Anbieter gegenüber sieht (= Teil der Gesamtnachfragekurve aus der Perspektive des Anbieters). Im Gegensatz zum Monopol ist aber beim Polypol diese auf einen einzelnen Anbieter entfallende Nachfrage nicht identisch mit der Gesamtnachfrage¹¹, da es im vorliegenden Fall auch noch andere Anbieter gibt, die einen Teil der Gesamtnachfrage auf sich vereinigen. Ohne nähere Erläuterung ist die Bezeichnung dieser Kurve als „individuelle Nachfragekurve“ äußerst verwirrend. Nicht nur für Schüler, die sich

¹¹ Beim vollkommenen Monopol ist die Gesamtnachfragekurve **ausnahmsweise** mit der Preis-Absatz-Kurve des Monopolisten identisch, weil sich die gesamte Nachfrage auf einen einzigen Anbieter (Monopolist) konzentriert.

zuvor mit einer normal verlaufenden **Nachfragekurve** beschäftigt haben, muss die Übertragung des Begriffs auf die Situation eines Anbieters und auf eine Kurve, die zwei Knicke aufweist, völlig unverständlich sein. Diese Kurve wird daher in der deutschsprachigen Fachliteratur üblicherweise als **Preis-Absatz-Kurve** bezeichnet.

Die Preis-Absatz-Kurve zeigt, welche Menge ein einzelner Anbieter jeweils bei unterschiedlichen von ihm festgesetzten Preisen absetzen kann.

Die Preis-Absatz-Kurve weist aber nicht nur wesentliche Unterschiede zu einer Nachfragekurve¹², sondern auch zu einer Angebotskurve auf.

Die individuelle Angebotskurve zeigt, wie viele Mengeneinheiten eines Gutes ein Anbieter jeweils bei unterschiedlichen Preisen dieses Gutes in einer bestimmten Zeiteinheit anzubieten plant.

Im Unterschied zu einer Angebotskurve geht es bei der Preis-Absatz-Kurve also um

- tatsächlich absetzbare (= verkäufliche) Mengen
- die Auswirkungen, wenn Anbieter Preispolitik betreiben und sich nicht als Mengenanpasser verhalten¹³.

Zur eindeutigen Unterscheidung zwischen Nachfragekurve, Angebotskurve und Preis-Absatz-Kurve sollte daher die doppelt geknickte Kurve im Zusammenhang mit dem Polypol auf dem unvollkommenen Markt immer als **Preis-Absatz-Kurve** und nicht als (aus der Perspektive des Anbieters betrachtete) Nachfragekurve bezeichnet werden. Diesen Begriff hat im Übrigen auch der „Erfinder“ dieser Kurve, die im Folgenden näher analysiert wird, verwendet.¹⁴

3.1 Doppelt geknickte Preis-Absatz-Kurve nach E. Gutenberg

Eine in der Fachliteratur und in den meisten Schulbüchern übliche Darstellung zur Polypolpreisbildung auf dem unvollkommenen Markt ist die **doppelt geknickte Preis-Absatz-Kurve**. Damit soll folgender Sachverhalt dargestellt werden:

Wie bereits im Zusammenhang mit den anderen Darstellungsweisen in 2.1 und 2.2 erläutert, können die Anbieter beim Polypol auf dem unvollkommenen Markt den Preis innerhalb gewisser Grenzen verändern, ohne dass sie bei einer kleinen Preiserhöhung befürchten müssen, Kunden an die Konkurrenz zu verlieren, und ohne dass es ihnen bei einer kleinen Preissenkung gelingt, Käufer aus dem Kundenstamm eines anderen Anbieters abzuziehen. Sie können somit – anders als bei der Marktform der vollkommenen Konkurrenz – innerhalb eines bestimmten

3. Korrekte Darstellungen zum Preisbildungsproblem beim Polypol auf dem unvollkommenen Markt

¹² Auch in anderen VWL-(Schul-)büchern wird in diesem Zusammenhang unverständlicherweise von der Nachfragekurve eines Anbieters gesprochen, ohne dass die andere Sichtweise (Nachfragekurve aus Sicht eines einzelnen Anbieters) erläutert wird. Vgl. z. B. E. Boller, D. Schuster, Praxisorientierte Volkswirtschaft für das Fachgymnasium, Merkur Verlag, Rinteln 2002, S. 158.

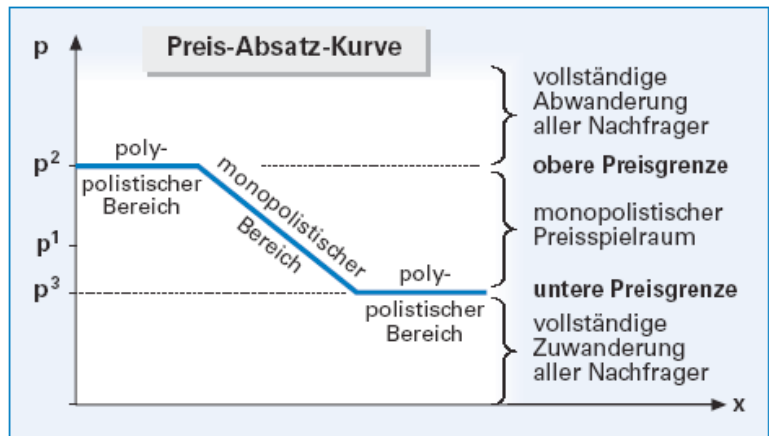
¹³ Beim vollkommenen Monopol könnte allerdings die auf den Gesamtmarkt bezogene Preis-Absatz-Funktion als identisch mit der einzelwirtschaftlichen Angebotsfunktion des Monopolisten angesehen werden. Vgl. G. Wöhe, Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 21. Aufl., München 2002, S. 534.

¹⁴ Vgl. E. Gutenberg, Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre, Bd. 2: Der Absatz, 17. Aufl., Berlin, Heidelberg, New York 1984, S. 247 ff.

Preisintervalls Preispolitik wie ein Monopolist betreiben. In Abb. 4 ist dies der Bereich zwischen p^2 und p^3 , der auch als monopolistischer Bereich bezeichnet wird. Setzt der Anbieter den Preis aber zu hoch fest ($> p^2$), ist für die Nachfrager der Preisnachteil im Vergleich zu den Konkurrenten so groß, dass die bisherigen Präferenzen gegenüber diesem Anbieter ihre Wirkung verlieren. Alle Kunden wandern zur Konkurrenz ab. Der Anbieter würde dann – wie beim Polypol auf dem vollkommenen Markt – seinen ganzen Absatz verlieren. Setzt der Anbieter dagegen den Preis zu niedrig fest ($< p^3$), wechseln alle Nachfrager von der Konkurrenz zu ihm über. Aufgrund seines geringen Marktanteils kann er diese Nachfrage aber nicht befriedigen und keine zusätzlichen Kunden langfristig an sich binden.

Aus diesen Überlegungen ergibt sich beim Polypol auf dem unvollkommenen Markt für einen einzelnen Anbieter eine doppelt geknickte Preis-Absatz-Funktion, wie sie für den **Extremfall vollständiger Ab- und Zuwanderung** in der folgenden Abbildung dargestellt ist.

Abb. 4



Quelle: V. Lüpertz,
Volkswirtschaftliches Handeln,
Winklers Verlag, Braunschweig
2007, S.103

Ausgehend vom Preis p^1 führt eine Preissenkung – wie beim Monopol – zu einer Absatzsteigerung, weil Nachfrager auftreten, die dieses Gut bisher nicht oder nur in geringer Menge gekauft haben (Weckung latenter Nachfrage). Bei einer Preiserhöhung verzichten dagegen einige der bisherigen Nachfrager ganz auf das Gut oder schränken zumindest die gekaufte Menge ein. In diesem Bereich wandern aber weder Kunden bei Preiserhöhungen zu anderen Anbietern ab noch laufen bei Preissenkungen Kunden von anderen Anbietern über. Ob und in welchem Umfang durch eine Preisveränderung in diesem Intervall der Erlös steigt oder fällt, hängt von der Elastizität der Nachfrage ab. Die Größe des monopolistischen Bereichs wird vom Ausmaß der Marktunvollkommenheiten bestimmt. Je stärker die Präferenzen der Nachfrager sind, je heterogener die Güter eingeschätzt werden und je unvollständiger die Markttransparenz ist, desto ausgeprägter ist der monopolistische Bereich.

Außerhalb des monopolistischen Bereichs werden die Präferenzen mehr und mehr unwirksam. Diese beiden Abschnitte der Preis-Absatz-Kurve werden daher auch als polypolistische Bereiche bezeichnet. Eine Erhöhung des Preises über den oberen Grenzpreis (p^2) führt zu einer Abwanderung von Kunden zu anderen Anbietern und damit zu einer Absatzminderung. Bei einer Preissenkung unter-

halb des unteren Grenzpreises (p^3) kommt es nicht nur zu einer Weckung latenter Nachfrage, sondern auch zu einem Kundenzustrom von anderen Anbietern. In welchem Umfang diese Zu- und Abwanderungen vorkommen und ob der Übergang zwischen den drei Bereichen der Preis-Absatz-Kurve allmählich oder abrupt verläuft, hängt vom Einzelfall ab. Die Preis-Absatz-Kurve verläuft außerhalb des monopolistischen Bereichs umso flacher, je geringer die Präferenzen und je höher die Markttransparenz sind. Im Extremfall sind die Bedingungen eines vollkommenen Marktes erfüllt, sodass der Anbieter beim oberen Grenzpreis seinen gesamten Absatz verliert und beim unteren Grenzpreis jede im Bereich seiner Produktionskapazität liegende Menge absetzen kann. Das lässt sich durch jeweils parallel zur Mengenachse verlaufende Abschnitte der Preis-Absatz-Kurve darstellen (vgl. Abb. 4).

In der englischsprachigen Fachliteratur wird im Zusammenhang mit der monopolistischen Konkurrenz nahezu ausschließlich ein Lösungsansatz von E. CHAMBERLIN aus dem Jahr 1933 dargestellt, der auch unter dem Stichwort „Tangentenlösung“ bekannt ist.¹⁵

3.2 Tangentenlösung nach E. Chamberlin

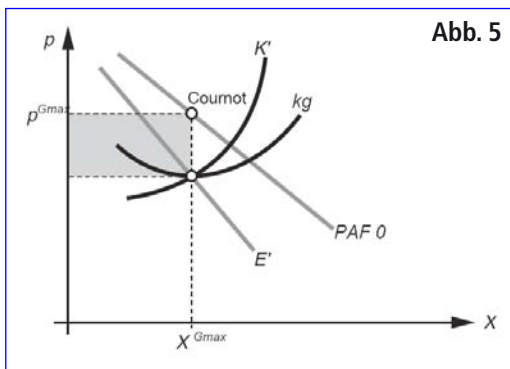


Abb. 5

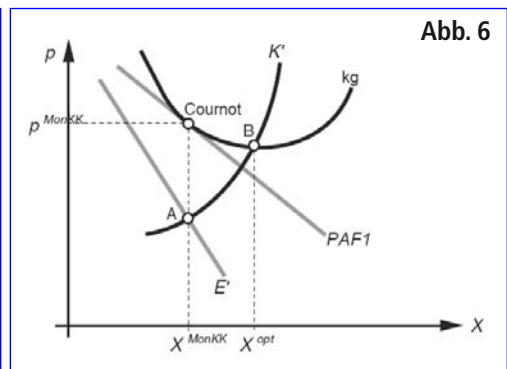


Abb. 6

Demnach bestimmt der einzelne Anbieter auf einem unvollkommenen polypolistischen Markt zunächst sein Gewinnmaximum wie ein Monopolist entsprechend der Gewinnmaximierungsregel $E' = K'$ (Abb. 5). Solange er dabei (kurzfristig) Gewinne erzielt, werden bei freiem Marktzugang neue Anbieter am Markt auftreten, die ein ähnliches oder identisches Produkt anbieten. Dadurch verschiebt sich die Preis-Absatz-Kurve des ursprünglichen Anbieters so lange nach links, bis die Preis-Absatz-Kurve die Stückkostenkurve tangiert (Abb. 6). Aufgrund der äußerst vereinfachenden Annahme, dass alle Anbieter die gleiche Absatz- und Kostensituation aufweisen (= Symmetrieannahme), tangiert im Gruppengleichgewicht bei allen Anbietern die Preis-Absatz-Kurve die Stückkostenkurve. In dieser Situation werden gerade noch die Stückkosten gedeckt, sodass es für neue Unternehmen keinen Anreiz gibt, in diesen Markt einzutreten.

¹⁵ Vgl. W. Chamberlin, The theory of monopolistic competition, A reorientation of the theory of value (1933). 8th ed., Cambridge/Mass. 1965, S. 93

Die Grundzüge dieses Ansatzes sollen an dieser Stelle kurz skizziert werden. Für eine ausführliche Darstellung sei auf die einschlägige deutschsprachige Fachliteratur verwiesen. Vgl. z. B. J. E. Stiglitz, Volkswirtschaftslehre, München 1999, S. 414 ff.

Daraus wird die Folgerung gezogen, die monopolistische Konkurrenz führe zur Unwirtschaftlichkeit, weil die Kapazitäten der Unternehmen nicht ausgelastet sind und der für die Gesamtwirtschaft optimale Punkt (Minimum der Stückkosten) nicht erreicht wird.

4. Ergebnis

Im Zusammenhang mit der Preisbildung beim Polypol auf dem unvollkommenen Markt werden in der Fachliteratur insbesondere die Lösungsansätze von E. CHAMBERLIN und von E. GUTENBERG dargestellt. Für die Behandlung im Unterricht eignet sich insbesondere die anschauliche Darstellung von E. GUTENBERG mithilfe einer doppelt geknickten Preis-Absatz-Kurve. Allerdings ermöglicht dieses Modell – anders als der Ansatz von CHAMBERLIN – keine Lösung für ein Gruppengleichgewicht **aller Anbieter**. Die doppelt geknickte Preis-Absatz-Kurve gilt vielmehr immer nur für ein einzelnes Unternehmen.

Der Versuch, die Preisbildung bei monopolistischer Konkurrenz durch „Angebots- und Nachfragebänder“ zu veranschaulichen, beruht auf Verwechslungen und Fehlinterpretationen. Unter anderem liegt den auf diesem Ansatz beruhenden Aussagen eine unzulässige Umkehrung der Kausalität und eine Verwechslung zwischen Preis-Absatz-Funktion und Angebotsfunktion zugrunde. Dieser Ansatz ist daher ungeeignet, um die Verhaltensweisen von Anbietern und Nachfrager bei dieser Marktform zu beschreiben.

Es ist allerdings einerseits verwunderlich und andererseits Besorgnis erregend, dass sich eine solche zur Erklärung eines monopolistischen Preisspielraums offensichtlich untaugliche Darstellung von Angebots- und Nachfragebändern nunmehr schon seit nahezu 30 Jahren unverändert (und offensichtlich unbeanstandet) in zahlreichen weit verbreiteten VWL-Büchern, die für den Schulgebrauch bestimmt sind, wiederfindet. Dies verstärkt den Eindruck, dass in Schulbüchern mit Berufung auf das Argument der didaktischen Reduktion und der größeren Veranschaulichung „alles möglich und gerechtfertigt ist“ – auch wenn dabei grundlegendes volkswirtschaftliches Basiswissen missachtet und verfälscht wird.¹⁶ Durch solche unverständlichen und falschen Darstellungen in der hier beschriebenen Art wird das bei manchen Schülern (und Lehrern) verbreitete Vorurteil, volkswirtschaftliche Lerninhalte seien abstrakt und wenig realitätsbezogen, verstärkt und dem Unterrichtsfach Volkswirtschaftslehre geschadet.

¹⁶ Zu anderen Beispielen, wie durch vermeintliche Veranschaulichung volkswirtschaftlicher Sachverhalte in Schulbüchern eine (vielfach unbemerkte) Verfälschung der Zusammenhänge eintreten kann, vgl. V. Lüpertz, Fachwissenschaftliche und fachdidaktische Probleme im Volkswirtschaftslehreunterricht II: Wirtschaftskreislauf einer evolutischen Volkswirtschaft, in: Winklers Flügelstift, Beiträge für die kaufmännische Aus- und Weiterbildung in Schule und Betrieb, Heft 2/2003, S. 28 ff.