



Die Welt der Märkte: Monopol, Oligopol und Polypol im Fokus

„Wettbewerb ist etwas für Verlierer“ – dieses kontroverse Zitat von Peter Thiel, milliardenschwerer Investor und Mitbegründer von „PayPal“, bringt die Philosophie vieler Unternehmen auf den Punkt: Konkurrenz ist schlecht für das Geschäft. Konsequenterweise ist es in einer kapitalistischen Wirtschaftsordnung daher das Ziel der meisten Unternehmen, möglichst wenige Mitbewerber zu haben. Das dies nachteilig für Nachfragende sein kann, liegt auf der Hand – schließlich könnten Unternehmen auch dazu neigen, ihre Marktmacht auszunutzen und Verbrauchende mit höheren Preisen oder schlechteren Angeboten zu belasten.

Diese Unterrichtseinheit knüpft an die Lebenswirklichkeit der Schülerinnen und Schüler an: Tagtäglich befinden sich diese in Situationen, in denen Kaufentscheidungen getroffen und Kosten mit Nutzen abgewogen werden müssen. Anhand eines fiktiven Szenarios werden die Marktformen des Monopols, Oligopols und Polypols näher beleuchtet und ihre Auswirkungen auf Wirtschaftsprozesse dargestellt. Dabei werden neben der Preisgestaltung auch andere, etwaige positive oder negative Effekte der einzelnen Marktformen erschlossen.

Überblick

Themenbereich	Grundannahmen ökonomischen Denkens → Marktformen
Anforderung	Gesamtschule
Klassenstufe	Klasse 9/10
Vorwissen	Markt
Zeitbedarf	2 Unterrichtsstunden
Methode	Fallstudie, Filmanalyse
Kompetenzen	Die Schülerinnen und Schüler ... <ul style="list-style-type: none">◆ erarbeiten sich anhand eines fiktiven Szenarios die Eigenschaften des Polypols, Oligopols und Monopols.◆ beschreiben die Vor- und Nachteile der einzelnen Marktformen.◆ erörtern Gefahren einer Kartellbildung anhand eines Erklärfilms sowie die Folgen für Kunden und Gesellschaft bzw. staatliche Maßnahmen zur Verhinderung von Kartellen.
Schlagworte	Duopol, Monopol, Oligopol, Kartell
Autorin	Dr. Alexander Langanka
Redaktion / Produktion	Klett MEX – Klett Verlagsgruppe (April 2024)



Marktformen: Wenn Kaufende und Verkaufende aufeinandertreffen

Auf einem Markt treffen Anbietende und Kaufende aufeinander. Die strukturelle Organisation, unter der dieses Zusammentreffen stattfindet, wird als Marktform bezeichnet. Diese beeinflusst das Verhalten der Unternehmen und Konsumentinnen / Konsumenten maßgeblich, etwa bei Preisgestaltung, Konsumverhalten oder der Verteilung der Ressourcen. Es kann zwischen drei grundsätzlichen Marktformen unterschieden werden: Monopol, Oligopol und Polypol.

Ein **Monopol** entsteht, wenn ein einziger Anbieter den gesamten Markt beherrscht. Dieser hat in der Regel kein Interesse an Mitbewerbern, denn die Marktmacht, die aus einer monopolistischen Stellung resultiert, wird vom Unternehmen häufig ausgenutzt, um höhere Preise für das Produkt zu verlangen. Da die Verbraucherinnen und Verbraucher keine Alternative haben, wird dieses meist trotzdem gekauft. Weiterhin könnten Nachteile für die Konsumentin bzw. den Konsumenten in den Bereichen Kundenservice und Produktvielfalt entstehen, hat der Monopolist doch nur wenig Anreize, in diesen Bereichen zu investieren.

In einem **Oligopol** hingegen dominieren nur wenige große Anbieter den Markt. Wenn es sogar nur zwei Anbieter gibt, spricht man von einem Duopol. Diese Unternehmen können ein Kartell bilden und ihre Preise und Produktionsmengen aufgrund ihrer Größe und Marktmacht koordinieren, was zu einem eingeschränkten Wettbewerb führen und nachteilig für Konsumentinnen / Konsumenten sein kann (z. B. höhere Preise durch Preisabsprachen, hohe Markteintrittshürden für neue Unternehmen).

Der Idealzustand des Marktes ist bei vollständigem Wettbewerb auf Angebotsseite erreicht. Dies wird als **Polypol** bezeichnet. Es zeichnet sich durch viele Anbieter, homogene Produkte und niedrige Markteintrittsbarrieren aus. Hier herrscht intensiver Wettbewerb, was zu effizienter Ressourcenallokation und niedrigen Preisen führen kann.





Der Staat hat ein **Interesse an offenen Märkten und fairem Wettbewerb**, da dies eine effiziente Allokation der Ressourcen ermöglicht und Verbraucherinnen und Verbraucher vor dem wirtschaftlichen Missbrauch Einzelner schützt. Um Monopole und Oligopole zu verhindern, interveniert der Staat daher, wenn Unternehmen gegen diese Prinzipien verstoßen. Nur in Ausnahmefällen geschieht dies nicht, etwa bei "natürlichen" Monopolen im Bereich Grundversorgung (Wasser, Gas, Strom, Telekommunikation), bei denen die Gesamtkosten zur Bereitstellung eines Gutes deutlich niedriger sind, wenn es nur von einem Unternehmen angeboten wird. Das Bundeskartellamt begrenzt unangemessene Marktmacht, unterbindet Kartellbildungen, überwacht und reguliert die Wettbewerbspolitik und stellt so sicher, dass Märkte effizient funktionieren und die Verbraucherinnen und Verbraucher geschützt werden.



Quellen:

Bofinger, Peter (2011): Grundzüge der Volkswirtschaftslehre. Eine Einführung in die Wissenschaft von Märkten

Mankiw, N. Gregory & Taylor, Mark P. (2008): Grundzüge der Volkswirtschaftslehre

Unterrichtsverlauf

Zeit	Phase	Inhalte	Materialien	Tipps / Hinweise
1. + 2. Unterrichtsstunde				
10' 	Einstieg	Die SuS lernen das Szenario kennen, in dem zwei Freunde ein Geschäft mit „smarten“ Skateboards öffnen, welches ihnen zu einer monopolistischen Stellung verhilft. Die SuS arbeiten anhand dieser Vorgaben die Besonderheiten dieser Marktform heraus.	M1 Die Geschäftsidee	Die Unterrichteinheit konzentriert sich auf die Angebotsseite, hier: Angebotsmonopol Die Bearbeitung der Aufgaben 1–4 findet in leistungsheterogenen Gruppen / Partnerarbeit statt. Von SuS genannte Beispiele können zur Unterstützung an der Tafel festgehalten werden (s. Tafelbild). Methode: Fallstudie
15' 	Erarbeitung I	Die SuS erarbeiten auf Grundlage des eingeführten Szenarios Nachteile für Verbrauchende, die eine Monopolstellung mit sich bringt, berücksichtigen aber auch die Vorteile für den Monopolisten.	M1 König des Marktes: Das Monopol Arbeitsblatt: Monopol Arbeitsblatt: Übersicht Marktformen	Die SuS erhalten in dieser Arbeitsphase das Arbeitsblatt „Übersicht Marktformen“, in das sie in dieser und den nächsten Phasen ihre Ergebnisse übertragen. Leistungsschwächeren Gruppen können die Lösungshinweise zum Arbeitsblatt „Monopol“ zur Verfügung gestellt werden.
25' 	Erarbeitung II	Die SuS erörtern anhand einer Anpassung des Szenarios (ein neuer Konkurrent betritt den Markt) die Merkmale eines Oligopols (hier speziell: Duopol) und erfahren mithilfe eines Erklärfilms mehr über die Gefahren der Kartellbildung.	M2 Konkurrenz belebt das Geschäft Arbeitsblatt: Oligopol Erklärfilm „Kartell-Man“ Arbeitsblatt: Übersicht Marktformen	Methode: Filmanalyse Das Szenario beschränkt sich hier auf die Vorstellung des Duopols, dessen Grundprinzipien sich auch auf das Oligopol anwenden lassen. Den SuS müssen hier die unterschiedliche Begrifflichkeit bewusst sein. Bei Zeitknappheit kann die Klasse auch in zwei Gruppen unterteilt werden (eine Gruppe beschäftigt sich mit Oligopol, die andere Gruppe mit Polypol).
10' 	Erarbeitung III	Die SuS erarbeiten sich anhand eines Informationstextes die Eigenschaften zu einem Polypol und stellen Bezüge zu ihrem eigenen Lebensumfeld her.	M3 Freier Wettbewerb: Das Polypol Arbeitsblatt: Übersicht Marktformen	Von SuS genannte Beispiele können zur Unterstützung ergänzend an der Tafel festgehalten werden (s. Tafelbild).

Zeit	Phase	Inhalte	Materialien	Tipps / Hinweise
15' 	Vertiefung	Die SuS erfahren von den Aufgaben des Bundeskartellamts und konkreten Fallbeispielen. Sie erkennen die Vorteile von fairem Wettbewerb und offenen Märkten.	M4 Hüter des freien Marktes: Das Bundeskartellamt	Falls der (gewollte) Staatseinfluss und der dadurch entstehende Nutzen für die Gesellschaft intensiver aufgegriffen werden soll, eignet sich das Suchen und Vorstellen weiterer Fallbeispiele hierfür besonders. Differenzierungsmöglichkeit: SuS des erweiterten und mittleren Niveaus präsentieren den SuS des grundlegenden Niveaus ihre Ergebnisse.
15' 	Sicherung	Die SuS führen die Ergebnisse vergleichend zusammen, um das Tafelbild zu vervollständigen.	Arbeitsblatt: Übersicht Marktformen Arbeitsblatt: Marktformen-Rätsel	Die ausgefüllte Tabelle auf dem Arbeitsblatt „Übersicht Marktformen“ sollte als Grundlage der Ergebnissicherung dienen. Abschließende Bewertung anhand der erarbeiteten Informationen. Leistungsstärkere / schnellere SuS können das Arbeitsblatt „Marktformen-Rätsel“ bearbeiten.

Bedeutung der Symbole

Die Symbole zeigen an, für welche Niveaustufe(n) die Aufgabe / das Arbeitsblatt angedacht ist:



Grundlegendes Niveau



Mittleres Niveau



Erweitertes Niveau

Manchmal bearbeiten Schülerinnen und Schüler mehrerer oder aller Niveaustufen dieselbe Aufgabe / dasselbe Arbeitsblatt.



Dieses Symbol findest du auf den Arbeitsblättern. Die dort gestellten Aufgaben kannst du direkt auf dem Arbeitsblatt lösen.



Der Wegweiser gibt an, dass du hier zwischen unterschiedlichen Arbeitsblättern, Aufgaben oder auch Sozialformen (Einzel-, Partner- oder Gruppenarbeit) wählen kannst. Deine Wahl kannst du ganz nach deinem Interesse bzw. Leistungsstand treffen.



Diese Symbole zeigen dir an, dass du die Aufgabe zusammen mit einem oder mehreren Mitschülerinnen bzw. Mitschülern bearbeiten sollst. Dabei könnt ihr euch untereinander austauschen und so als Team an einer gemeinsamen Lösung arbeiten.



Das Ausrufezeichen weist dich auf eine wichtige Information oder einen Merksatz hin.

M1



König des Marktes: Das Monopol

Niclas und Lina sind gute Freunde. Lange spielen sie schon mit dem Gedanken, ein eigenes Geschäft zu eröffnen und ihre Leidenschaft zum Beruf zu machen, denn Niclas und Lina sind begeisterte Skateboard-Fans. Mehrere Monate haben die beiden bereits an einem innovativen Produkt getüftelt, das nun endlich für den Verkauf bereit ist: ein „smartes Skateboard“.

- 5 Das Besondere daran ist: Mit der Integration von Sensoren, die das Board stabilisieren, ist das Skateboard besonders für Anfänger geeignet. Dies hat bisher noch kein Unternehmen möglich gemacht, was Niclas und Lina zu den alleinigen Anbietern dieses Produktes macht.
- 10 Niclas und Lina haben eine klare Vision: Sie möchten ihr Produkt nicht nur als ein Skateboard verkaufen, sondern als eine Erfahrung, die Menschen aller Altersgruppen anspricht, besonders aber Anfänger und diejenigen, die bisher nicht den Mut hatten, das Skateboardfahren aus-
- 15 zuprobieren. Auch einen Namen haben sie bereits für ihr Geschäft gefunden: „Smart Skate“. Mit viel Engagement und Enthusiasmus starten Niclas und Lina ihre Geschäftstätigkeit. Sie organisieren eine große Eröffnungsfeier und laden Influencerinnen und Influencer ein, die ihr Produkt testen. Der Laden wird dadurch schnell zu einem beliebten Treffpunkt für Skater und solche, die es werden wollen. Die beiden Freunde sind stolz auf ihr Geschäft und die positiven Rückmeldungen ihrer Kundinnen und Kunden. Mit ihrer Geschäftsidee nehmen Niclas und Lina eine monopolistische Stellung ein: es gibt keine Konkurrenzunternehmen für ihr Produkt.
- 20 Um möglichst viele Kundinnen und Kunden anzusprechen, sind Niclas und Nina erst einmal mit einem günstigen Preis gestartet. Dies gefällt den Kundinnen und Kunden. Zudem kommt der Kundenservice von „Smart Skate“ super an: Niclas und Lina nehmen sich viel Zeit für
- 25 Beratung und die Beantwortung von Fragen. Dass man dadurch weniger verkauft als man könnte, nehmen die beiden zu Beginn für die Zufriedenheit ihrer Kundschaft gerne in Kauf. Auch haben die beiden nur geringe Lust ihr Produkt weiterzuentwickeln und investieren das verdiente Geld lieber in den Urlaub – schließlich sind sie die einzigen Anbietenden. Wer ein „smartes“ Skateboard haben will, muss zu ihnen kommen.



© istock.com/nd3000

D Monopol

Bezeichnung einer Marktform, bei der ein einzelnes Unternehmen hat die komplette Kontrolle über die Produktion und den Verkauf eines bestimmten Produkts / einer Dienstleistung, es gibt keinen effektiven Wettbewerb.

Aufgabe



1

Lest den Text über die Geschäftsidee von Niclas und Lina (M1) und bearbeitet folgende Aufgaben:

- Beschreibt, warum die Geschäftsidee des „smartem Skateboards“ eine herausragende Position auf dem Markt einnimmt.
- Nenne weitere Unternehmen, die ebenfalls ein Monopol auf ein Produkt oder eine Dienstleistung haben. Recherchiert hierzu auch im Internet.



Arbeitsblatt: Monopol

Es läuft gut für Niclas und Lina. Die Kunden strömen in den Laden und reißen ihnen die „smarten“ Skateboards förmlich aus der Hand. Der einzige Anbieter zu sein, ist für das Geschäft der beiden Freunde sicherlich super, allerdings könnte dies über kurz oder lang auch Nachteile für die Kundinnen und Kunden haben...



Preis und Auswahl



Kundenservice



Innovation

Nachteil(e) für Kundinnen und Kunden:



Ich mache mir keine Sorgen um die Konkurrenz, denn diese haben mit hohen Eintrittsbarrieren in den Markt von „smarten“ Skateboards zu kämpfen.

D

Markteintrittsbarrieren

Umstände, die es für neue Anbieter schwierig machen, in einen bestimmten Markt einzutreten und erfolgreich konkurrieren zu können.



Arbeitsblatt: Übersicht Marktformen

	Monopol	Oligopol	Polypol
Zahl der Anbieter			
Marktmacht			
Möglichkeit der Preisbeeinflussung			
Markteintrittsbarrieren			
Mögliche Vor- (+) oder Nachteile (-) für Verbraucherinnen und Verbraucher			

Aufgabe



Bearbeitet die folgenden Aufgaben:

- a) Stellt Überlegungen an, welche **möglichen Nachteile** eine monopolistische Stellung von „Smart Skate“ für die Kundschaft bezüglich der Bereiche **Preisgestaltung, Kundenservice und Produktinnovation** (= Willen zur Verbesserung des Produkts) haben könnte. Notiert diese auf dem Arbeitsblatt „Monopol“. Berücksichtigt die Informationen, die in M1 zu finden sind.
- b) Tragt eure Ergebnisse stichpunktartig in die Tabelle auf dem Arbeitsblatt „Übersicht Marktformen“ ein und ergänzt sie mit den bisher gesammelten Informationen zur Marktform „Monopol“ (aus Aufgabe 1).
- c) Niclas und Lina sprechen miteinander über mögliche Konkurrentinnen und Konkurrenten. Lina ist besorgt, dass sie bald Mitbewerber bekommen könnten. Niclas ist da entspannter. Beurteilt die Aussage von Niclas auf dem Arbeitsblatt und berücksichtigt dabei eure Ergebnisse von 2 a).

M2

Konkurrenz belebt das Geschäft

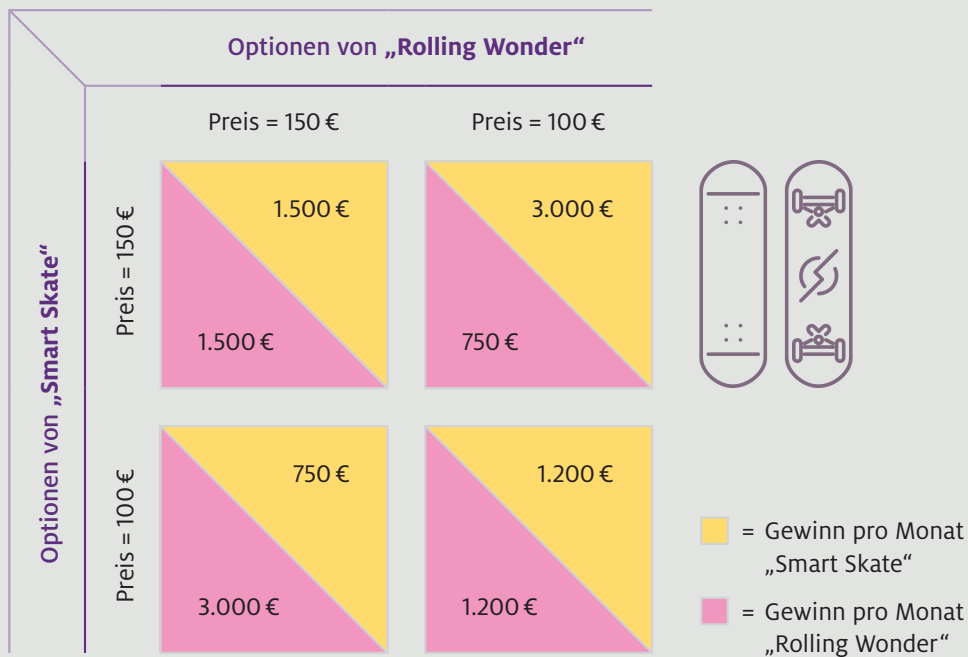
Niclas und Lina sind nun schon eine Weile mit „Smart Skate“ im Geschäft. Als Lina eines morgens die Zeitung aufschlägt, trifft sie fast der Schlag. Ein Konkurrenzunternehmen mit dem Namen „Rolling Wonder“ wirbt ebenfalls mit einem „smarten“ Skateboard um Kundschaft. Es scheint so, als wären Niclas und Lina nun nicht mehr die einzigen Anbieter auf dem Markt.

„Smart Skate“ und „Rolling Wonder“ können nun miteinander konkurrieren oder zusammenarbeiten. Welche Auswirkungen das hätte, kann man in der folgenden Payoff-Matrix erkennen. Zur Vereinfachung wird angenommen, dass beide Unternehmen nur zwischen zwei Preisen entscheiden können.

Payoff
= englisch für
Auszahlung

! Treten nur wenige Marktteilnehmerinnen und -teilnehmer auf der Angebots- und / oder Nachfrageseite auf, spricht man von einem **Oligopol** (altgriechisch „oligoi“ = wenige). Sind es sogar nur zwei (wie in dem Fall von „Smart Skate“ und „Rolling Wonder“), handelt es sich um ein sogenanntes **Duopol**.

Payoff-Matrix der beiden Unternehmen



Gewinn
= Verkaufserlöse – Kosten



Arbeitsblatt: Oligopol

Auswirkungen der Preisgestaltung:

Formulierungshilfen: „Bei einem Preis von...“ ♦ „Bei einer Preisänderung auf...“ ♦ „...das andere Unternehmen hingegen würde...“ ♦ „Die Einnahmen würden steigen / sinken, wenn...“

Trefft eine Entscheidung: Ist Konkurrieren oder Zusammenarbeit sinnvoller?



Konkurrieren



Zusammenarbeiten

Erklärfilm „Kartell-Man“: Negative Folgen der Kartellbildung auf die Verbraucherinnen und Verbraucher:



Erklärfilm: Kartell-Man

Die Menschen sind verwundert. Gestern noch kostete in ihrer Stadt eine Kugel Eis zwischen 80 Cent und einem Euro. Doch heute ist plötzlich alles anders: Bei jedem Eisverkäufer kostet eine Kugel Eis nun 5 Euro! Was ist da bloß passiert? Geht das noch mich rechten Dingen zu? Wie gut, dass schon bald ein maskierter Retter naht, um den Schurken das Handwerk zu legen.

Aufgabe



Lest M2 und bearbeitet die folgenden Aufgaben auf dem Arbeitsblatt zum Oligopol:

- a) Erläutere anhand der Payoff-Matrix in M2, wie sich die Preisgestaltung eines Unternehmens direkt auf das andere auswirkt. Verwendet zur Bearbeitung der Aufgabe konkrete Zahlen aus der Matrix.
- b) Trefft eine Entscheidung: Ist Konkurrieren oder Zusammenarbeit sinnvoller?
- c) Schaut euch den Film „Kartell-Man“ an und beantwortet anschließend die Frage, welche negativen Auswirkungen eine Kartellbildung auf die Verbraucherinnen und Verbraucher hat.
- d) Überträgt die gesammelten Informationen von diesem Arbeitsblatt in die Tabelle „Übersicht Marktformen“ und ergänzt sie gegebenenfalls.

M3



Freier Wettbewerb: Das Polypol

Niclas und Lina müssen sich aktuell nur gegen einen Konkurrenten behaupten, was wäre jedoch, wenn eine Vielzahl von Unternehmen auf den Markt für smarte Skateboards strömen würden? Die weitaus häufigste Marktform, die uns im Alltag begegnet, ist das sogenannte Polypol. Dies wird auch als „vollkommener Markt“ bezeichnet, auf dem eine Vielzahl von Anbieterinnen und Anbietern ein ähnliches Produkt verkaufen. Ein prominentes Beispiel ist der Lebensmittel-

- 5 Einzelhandel. In diesem Bereich konkurrieren verschiedene Supermärkte und Discounter miteinander, die ähnliche Produkte wie Obst, Gemüse, Milcherzeugnisse und mehr anbieten. Die Kundschaft hat die Möglichkeit, zwischen verschiedenen Anbieterinnen und Anbietern zu wählen.
- 10 In einem Polypol können Anbieterinnen und Anbieter relativ einfach in den Markt eintreten. Es gibt keine besonders hohen Markteintrittsbarrieren, was
- 15 besonders für kleine Unternehmen von Vorteil ist. Außerdem haben Anbieterinnen und Anbieter keine Kontrolle über die Preisbildung, da der Marktpreis durch Angebot und Nachfrage
- 20 bestimmt wird. Das schützt Verbraucherinnen und Verbraucher vor monopolistischer Preisgestaltung. Und noch einen weiteren Vorteil bringt das Polypol mit sich: Der harte Wettbewerb, der zu niedrigeren Preisen führt, zwingt Anbieterinnen und Anbieter dazu, **effizient** zu produzieren, um ihre Kosten zu minimieren.



© istockphoto.com / VLG

Polypol
altgriechisch,
poly = „viel“

effizient
= mit ver-
hältnismäßig
geringem
Aufwand viel
bewirkend

Für einen Anbietenden in einem Polypol kann ein Preiskampf, bei dem sich Unternehmen mit niedrigen Preisen unterbieten, dazu führen, dass es zu Schwierigkeiten bei der Deckung der eigenen Kosten kommt. Der Fokus auf kosteneffiziente Produktion könnte zudem die Anreize für die Entwicklung neuer oder verbesserter Produkte mindern, auf die Kundinnen und Kunden dann verzichten müssten. Andererseits könnte der Konkurrenzkampf auch dazu führen, dass neue, innovative Produkte entwickelt werden, um sich von den Mitbewerberinnen und Mitbewerbern abzusetzen

Aufgabe



4

Lest M3 und bearbeitet die folgenden Aufgaben:

- Der Text erwähnt Beispiele eines Polypols. Nennt weitere Beispiele für einen „vollkommenen Markt“ aus eurem Alltag.
- Arbeitet aus dem Text die Vor- und Nachteile heraus, die sich sowohl für Anbieterinnen / Anbieter als auch Verbraucherinnen/Verbraucher auf einem vollkommenen Markt (= Polypol) ergeben.
- Ergänzt auf Grundlage des Informationstextes die Tabelle auf dem Arbeitsblatt „Übersicht Marktformen“.

M4

Hüter des freien Marktes: Das Bundeskartellamt

Regulierung
= Ausgleichen

Fusionen
= Verschmelzung zweier oder mehrerer Unternehmen

Marktmanipulationen
= verbotene Einflussnahme auf die Marktentwicklung



Wozu brauchen wir das Bundeskartellamt?

Das Bundeskartellamt ist eine deutsche Behörde, die sich mit der Überwachung und **Regulierung** von wettbewerbsrechtlichen Angelegenheiten befasst. Ihre Hauptaufgabe besteht darin, sicherzustellen, dass ein **fairer Wettbewerb** auf dem Markt herrscht und Unternehmen keine monopolistische Macht missbrauchen. Das Bundeskartellamt prüft beispielsweise **Fusionen** und Übernahmen, damit Beeinträchtigungen im Wettbewerb verhindert werden. Außerdem bestraft es kartellrechtliche Verstöße, wie Preisabsprachen oder Marktmanipulationen. Dadurch werden die Interessen von Verbraucherinnen und Verbrauchern geschützt und die Grundlage für einen fairen Wettbewerb der Unternehmen geschaffen.

Bundeskartellamt verhängt Bußgeld gegen Audioproducte-Hersteller Bose

Das Bundeskartellamt hat gegen die Bose GmbH [...] eine Geldbuße in Höhe von insgesamt knapp 7 Mio. Euro wegen vertikaler Preisbindung [vom Hersteller vorgeschriebenen Endverkaufspreise] 5 verhängt. Bose produziert und vertreibt hochwertige Produkte im Bereich der Unterhaltungselektronik. Der Schwerpunkt liegt hierbei auf dem Vertrieb von Audioproducten, insbesondere Lautsprechern und Kopfhörern. [...]

10 Mitarbeiter von Bose haben neben den üblichen Verhandlungen über Einkaufspreise mit den betroffenen Vertragshändlern auch Abstimmungsmaßnahmen über Verkaufspreise getroffen. Diese Abstimmungen bezogen sich grundsätzlich 15 auf eine Anhebung der Verkaufspreise, teilweise wurden diese auch konkret vereinbart. Hierdurch

sollte verhindert werden, dass die Verkaufspreise der Vertragshändler – aus Sicht von Bose – zu sehr von den unverbindlichen Preisempfehlungen abwichen. Dies wurde von Bose-Mitarbeitern kontrolliert. Bei Abweichungen kam es wiederholt zu Interventionen von Bose und die angesprochenen Händler stellten das beanstandete Verhalten teilweise ab. Die betroffenen Händler unterstützten dies dadurch, dass sie sich bei Bose über [zu] 25 niedrige Verkaufspreise anderer Vertragshändler beschwerten.

Bei der Bußgeldfestsetzung wurde berücksichtigt, dass Bose mit dem Bundeskartellamt umfassend kooperiert hat und das Verfahren im Wege der einvernehmlichen Verfahrensbeendigung (sog. Settlement) abgeschlossen werden konnte. [...]

Pressemittelung des Bundeskartellamts vom 02.12.2021, gekürzt

Aufgabe



5

Lest die Infobox und die Pressemitteilung zu dem Bußgeldverfahren gegen Bose und bearbeitet die folgenden Aufgaben:

a) Nennt die Aufgaben des Bundeskartellamts (M4).

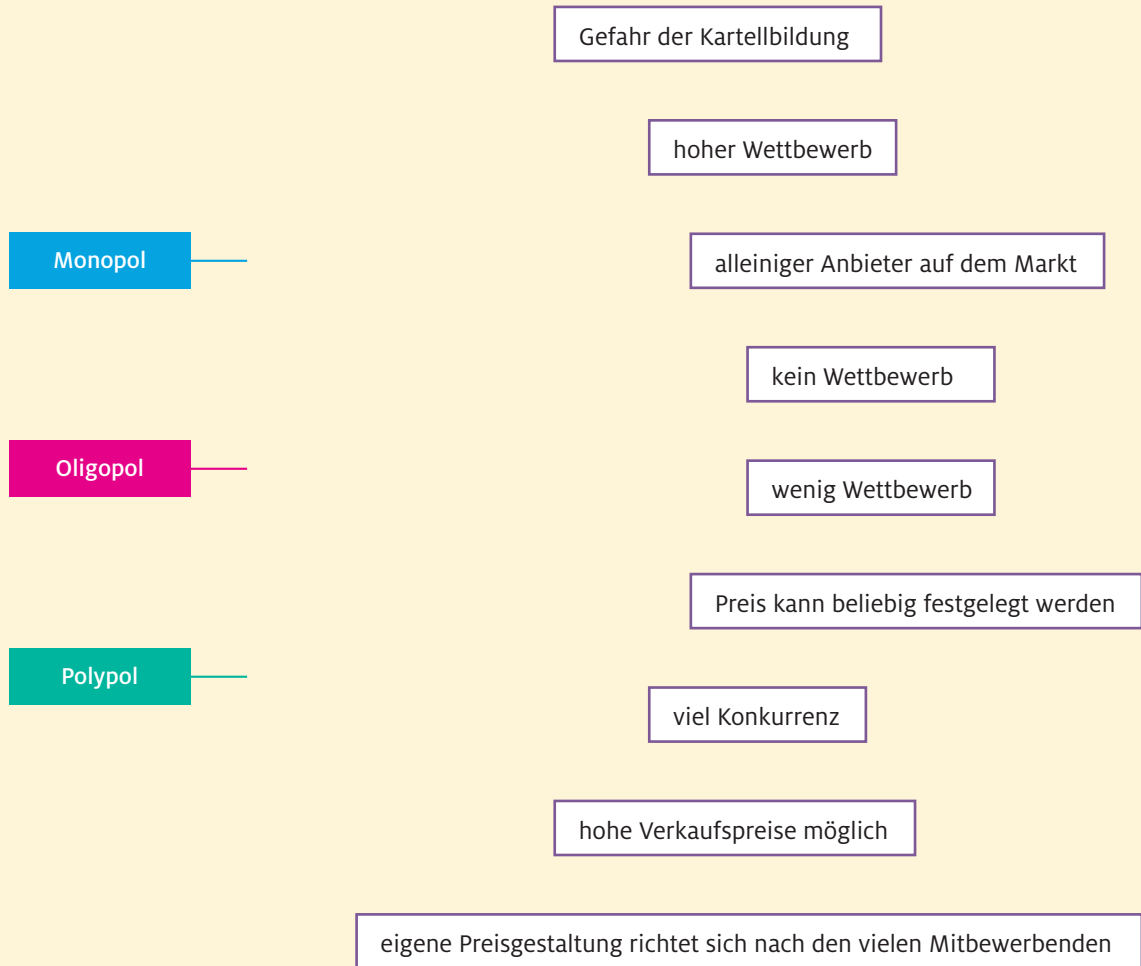
b) Erklärt, warum gegen das Unternehmen Bose ein Bußgeld verhängt wurde. Geht dabei auch auf den Begriff „vertikale Preisbindung“ ein (M4).



c) Auf der Internetseite des Bundeskartellamtes gibt es unter der Rubrik Schule und Lernen weitere Beispiele für Verstöße gegen den fairen Wettbewerb und offene Märkte. Informiert euch über eines der Beispiele und stellt dieses den Mitschülerinnen und Mitschülern vor.



Arbeitsblatt: Marktformen-Rätsel



Aufgabe



Du weißt nun schon eine Menge über die unterschiedlichen Marktformen. Ordne diese den passenden Aussagen zu, indem du sie mit einer Linie verbindest.