

Die Spieltheorie in der Praxis: Angebots-Oligopole

Die Marktform „Angebots-Oligopol“ ist dadurch gekennzeichnet, dass es nur einige wenige große Anbieter gibt und sehr viele, in der Regel Millionen, Nachfrager. Ein Paradebeispiel hierfür ist der Benzinmarkt, auf dem sich wenige große Mineralölfirmen und Millionen Autofahrer gegenüberstehen, die Benzin benötigen, um mit ihren Autos fahren zu können.

Die Überlegungen eines Angebotsoligopolisten sehen nun wie folgt aus:

- Senke ich den Benzinpreis, wird die Konkurrenz nachziehen. Dann gibt es die gleichen Marktanteile, aber geringere Umsätze und Gewinne für alle.
- Erhöhe ich den Preis und zieht die Konkurrenz nach, gibt es die gleichen Marktanteile, aber höhere Umsätze und Gewinne für alle.
- Erhöhe ich den Preis, zieht aber die Konkurrenz nicht nach, dann tanken meine Kunden bei den Konkurrenten; ich verliere Marktanteile, Umsätze und Gewinne. Dies hat zur Folge, dass ich den Preis sofort wieder anheben muss, um die Kunden am Abwandern zu hindern. Ich erleide damit auf jeden Fall aber Einbußen.

Dieses Dilemma führt zu einer relativen Unbeweglichkeit der Preise auf Oligopol-Märkten: Alle großen Anbieter verlangen den gleichen Preis. Nur sehr selten kommt es zu Preisänderungen. In der Praxis war in den letzten Jahrzehnten zu beobachten, dass oftmals ein Unternehmen zeitweise die „Preisführerschaft“ übernimmt, um Preisveränderungen nach oben oder unten auszutesten.

Der französische Wirtschaftswissenschaftler Jean Tirole erhielt 2014 als vorerst letzter von acht „Spieltheoretikern“ für seine Studien zu Oligopol-Märkten den Nobelpreis für Wirtschaft. Seine sogenannten „Edgeworth-Zyklen“ beschreiben die verschiedenen Phasen von Preiskriegen auf Oligopol-Märkten und das Phänomen der Preisführerschaft.

Aufgaben:

1. Beschreiben Sie mit eigenen Worten, warum das Handlungsdilemma eines Angebots-Oligopolisten in der Regel dazu führt, dass er seine Preise nicht verändert.
2. Können Sie sich zwei Ausnahmesituationen vorstellen, bei denen es ein Angebotsoligopolist riskiert, den Preis zu senken?
3. Der Spieltheorie wird oftmals vorgeworfen, dass sie nur mit unrealistischen Modellen und sehr einfache Annahmen über das menschliche Verhalten arbeitet und daher zwangsläufig zu irreführenden Ergebnissen kommt. Diskutieren Sie diesen Vorwurf.