

STUDIENSEMINAR FÜR LEHRÄMTER  
AN SCHULEN KREFELD  
SEMINAR FÜR DAS LEHRAMT AM BERUFSSKOLLEG

## Schriftlicher Unterrichtsentwurf

<b>Fachrichtung:</b>	Wirtschaftswissenschaften
<b>Fach:</b>	Volkswirtschaftslehre
<b>Thema:</b>	Die Folgen des Angebotsoligopols für den Verbraucher und den Mitanbietern
<b>Kurze Zusammenfassung</b>	Als Schwerpunkt dieser Stunde sollen die Schüler erkennen, dass bei einem Angebotsoligopol die Marktmacht von den Anbietern ausgeht und welche negativen Auswirkungen aus Sicht der Nachfrager auf den Preis und beispielsweise den Service bzw. die Kundenfreundlichkeit auftreten.
<b>Datum:</b>	11.03.2009
<b>Bildungsgang/Stufe:</b>	Höhere Berufsfachschule für Wirtschaft und Verwaltung
<b>Autor: (freiwillig)</b>	Sandra Büschgens

## 1. Lernvoraussetzungen im Hinblick auf die Unterrichtsstunde

### 1.1 Rahmenbedingungen

Die HHU2 ist eine Unterstufenklasse, in der 20 Schülerinnen und Schüler<sup>1</sup> die zweijährige Höhere Handelsschule der Berufsfachschule Typ „Wirtschaft und Verwaltung“ absolvieren. Die Stundentafel sieht zwei Stunden pro Woche für das Fach Volkswirtschaftslehre vor. In der heutigen Unterrichtsstunde werden zwei Schüler der HU (Handelsschule, Unterstufe) zu Besuch sein, da sie nicht an die für sie geplante Klassenfahrt teilnehmen.

Seit dem 26.05.09 unterrichte ich die Klasse im Fach VWL wöchentlich einstündig unter Anleitung. Bereits seit dem 04.05.09 hospitiere ich in dieser Lerngruppe einstündig im Fach VWL. Zudem habe ich die Lerngruppe im Fach BWRE vom 05.02.09 bis zum 03.04.09 im Fach BWRE unter Anleitung wöchentlich zweistündig unterrichtet. Die 11 männlichen und 9 weiblichen Schüler sind im Alter zwischen 17 und 19 Jahren und streben alle den schulischen Teil der Fachhochschulreife an. In der Lerngruppe befinden sich zwei Wiederholer der Unterstufe und seit dem 15.05.09 sechs Wiederholer der zukünftigen Oberstufe. Dies wirkt sich bei den zwei Wiederholern der Unterstufe bei der Einführung von Unterrichtsreihen aus, da von diesen Schülern Meldungen häufig zügiger erfolgen, als von den übrigen Schülern. Um allen Schülern die gleichen Chancen zu geben, sich einzubringen, werden sich meldende Wiederholer nicht zu schnell drangenommen. Je detaillierter der Unterrichtsgegenstand bearbeitet wird, desto mehr heben sich die vorhandenen Wissensvorsprünge der Wiederholer auf. Aus dem Unterricht unter Anleitung im Fach BWRE kenne ich bereits drei Schüler von den neuen Wiederholern aus ihrer vorherigen Klasse.

### 1.2 Vorkenntnisse/Verhalten bezogen auf den Stundeninhalt

#### Ausprägungen der Kompetenzen

##### Fachkompetenz

Die Schüler haben im Vorfeld der heutigen Unterrichtsstunde die Bedeutung des Angebotsmonopols, die Vor- und Nachteile des Angebotsmonopols aus Verbrauchersicht und die Gründe für das Entstehen von Angebotsmonopolen kennen gelernt. Zudem haben sie Beispiele für Angebots- und Nachfragemonopole erläutert.

##### Leistungsfähigkeit

Die Leistungsfähigkeit und Leistungsbereitschaft in dieser Lerngruppe ist heterogen ausgeprägt. Etwa die Hälfte der Schüler kennzeichnet sich durch eine zurückhaltende Teilnahme im Unterricht. Vier Schüler (davon ein Wiederholer) bringen durch ihre kontinuierliche und konstruktive Mitarbeit die Erfassung der Unterrichtsinhalte voran. Fünf Schüler bewegen sich hinsichtlich der Mitarbeit im Unterricht im guten Mittelfeld. Die Fähigkeit der selbständigen Erarbeitung von einzelnen Aufgaben ist gut ausgebildet. Allerdings müssen die Schüler immer wieder dazu angeregt werden, Fragen schriftlich in ganzen Sätzen zu beantworten. Dies ist deshalb von Bedeutung, da sich die schriftliche und mündliche Ausdrucksweise und die Fähigkeit des Behaltens noch steigern lässt.

---

<sup>1</sup> Zur besseren Lesbarkeit wird im Folgenden auf die geschlechtsspezifische Nennung verzichtet.

## Methodenkompetenz

Die Klasse kennt die Sozialform der Partner- bzw. Kleingruppenarbeit und führt diese auch problemlos durch. Aufgrund der eher zurückhaltenden Aktivität der Lerngruppe bietet es sich an, die Lernbereitschaft durch entsprechende Informationsmaterialien, hier z.B. Interviewauszüge oder Artikel, zu unterstützen.

## Sozialkompetenz

Bei der Lerngruppe handelt es sich um eine ruhige Klasse, die daher gezielte Fragen und Impulse des Lehrers benötigt. Bedauerlicherweise ist das Selbstbewusstsein von fünf Schülern nicht so gut ausgebildet, so dass diese von mir bei richtig gelösten Aufgaben gerne dran genommen werden. Bei zu präsentierenden Aufgaben ist damit zu rechnen, dass sich die Schüler eher zurück halten. Aufgrund der hilfsbereiten und netten Schüler macht mir das Unterrichten in dieser Lerngruppe sehr viel Freude.

## 2. Didaktische/methodische Hinweise

### 2.1 Curriculare Anbindung

Grundlage für den Unterricht bildet die didaktische Jahresplanung 2008 des Berufskollegs Rheydt-Mülfort für die Berufsfachschule (zweijährige Höhere Handelsschule, Unterstufe) – Typ Wirtschaft und Verwaltung im Fach Volkswirtschaftslehre. Das Thema der Unterrichtsstunde ist dem Themenbereich “Märkte und Preise“ zugeordnet.

### 2.2 Einordnung in den Unterrichtskontext

Die folgende Tabelle zeigt die Unterrichtsinhalte der angrenzenden Stunden:<sup>2</sup>

<b>Datum</b>	<b>Themen der Unterrichtsstunden</b>
04.05.09	Voraussetzungen des vollkommenen Marktes
05.05.09	Wiederholung: Voraussetzungen des unvollkommenen Marktes Vertiefung: Voraussetzungen des unvollkommenen Marktes
11.05.09	Arten der Nachfrageelastizität
12.05.09	Vertiefung: Berechnung der Nachfrageelastizitäten
26.05.09	Definition des Angebotsmonopols. Vor- und Nachteile des Angebotsmonopols aus Verbrauchersicht.
04.06.09	Vertiefung: Gründe für das Entstehen von Angebotsmonopolen Beispiele für Angebots- und Nachfragemonopole
<b>08.06.09</b> (8:40-9:25)	Definition des Angebotsoligopols. Reaktionen der Nachfrager und Anbieter bei Preisänderungen. Parallelverhalten und ruinöser Wettbewerb. Präferenzpolitische Maßnahmen der Angebotsoligopolisten zur Schaffung eines Preisspielraums.
08.06.09 (9:45-10:30)	Transfer: Entstehung von Nachfrageoligopolen. Auswirkungen für die Anbieter und Nachfrager (Beschäftigung während der Nachbesprechung)

<sup>2</sup> Aufgrund des gewählten Unterrichtsthemas für die Gruppenhospitation ist die übliche Reihenfolge der Unterrichtsinhalte verändert worden.

## 2.3 Fachlicher/methodischer Schwerpunkt der Unterrichtsstunde

Die Struktur der Marktform hat einen entscheidenden Einfluss auf die Preisbildung und die Ausgestaltung (Qualität und Service) von Gütern und Dienstleistungen.

Als Schwerpunkt dieser Stunde sollen die Schüler erkennen, dass bei einem Angebotsoligopol die Marktmacht von den Anbietern ausgeht und welche negativen Auswirkungen aus Sicht der Nachfrager auf den Preis und beispielsweise den Service bzw. die Kundenfreundlichkeit auftreten. Beim Gut Strom lässt sich die Qualität wenig differenzieren; allerdings ist eine Differenzierung im Service (Ableseverfahren, persönliche Ansprechpartner) durchaus möglich.

Auf die Berechnung von Nachfragekurven wird verzichtet, da die Schüler bei der Behandlung von Preiselastizitäten bereits den Zusammenhang von Preisgestaltung und Nachfragemenge kennen gelernt haben. Auf die Möglichkeit des Zusammenschlusses von Oligopolisten wird im Rahmen der vertikalen Reduktion in dieser Unterrichtsstunde verzichtet, da die Thematik von Kartellen in der Oberstufe behandelt wird.

Da die Schüler als Verbraucher auf Märkten auftreten, ist es im Rahmen der horizontalen Reduktion sinnvoll, die Marktform des Angebotsoligopols vor dem Nachfrageoligopol zu behandeln. Aus der Sicht eines Konsumenten ist es naheliegender, die Situation von Nachfragern bei ausgeprägter Marktmacht des Anbieters zu betrachten. Im Rahmen einer Transferleistung werden die Schüler die Marktmacht von Seiten der Konsumenten in einem Nachfrageoligopol beurteilen.

Die Schüler der Höheren Handelsschule werden darüber hinaus zum großen Teil im Rahmen einer kaufmännischen Ausbildung oder eines wirtschaftswissenschaftlichen Studiums mit verschiedenen Marktformen und deren Folgen für die Anbieter und Nachfrager konfrontiert werden. Daher weist das Unterrichtsthema der heutigen Stunde *Gegenwarts- und Zukunftsbedeutung* auf.

*Die Exemplarität* des heute gewählten Beispiels zum Angebotsoligopol ist dadurch gegeben, dass sich die Struktur des Strommarktes auch auf weitere Angebotsoligopole übertragen lässt, wie z.B. im Flugzeugbau (Airbus, Boeing) oder bei Kraftstoffanbietern (Shell, Aral).

### Methodische und mediale Überlegungen

Die Einstiegsfolie dient zur Motivation und Hinführung der Schüler zur konkreten Marktsituation. Aufgrund der heterogenen Leistungsfähigkeit der Lerngruppe ist eine arbeitsgleiche Partnerarbeit empfehlenswert. Stärkere Schüler können so schwächere Schüler unterstützen. Da die Aufgaben wenig Diskussionsbedarf beinhalten, wird eine Partnerarbeit gegenüber einer Gruppenarbeit bevorzugt.

Durch die Partnerarbeit und der anschließenden Präsentation der Ergebnisse wird ein Beitrag zum Lernprozess für den einzelnen Schüler transparent. Damit soll den Schülern ermöglicht werden, sich als wertschöpfendes Mitglied der Lerngruppe zu verstehen. Der Lernprozess wird dabei durch das selbstständige Erarbeiten und Präsentieren von Aufgabenstellungen/Ergebnissen unterstützt.

### 3. Ziele des Unterrichts

#### 3.1 Gesamtziel der Unterrichtsstunde

Die Schüler lernen das Angebotsoligopol kennen, indem sie die möglichen Folgen dieser Marktform für die Nachfrager und Anbieter erläutern.

#### 3.2 Angestrebte Kompetenzerweiterungen

Die Schüler lernen die Folgen eines Angebotsoligopols für die Anbieter und Nachfrager kennen, indem sie für diese Marktform die Möglichkeiten der Preisbildung, die Servicebereitschaft und die Kundenfreundlichkeit beurteilen.

Die Schüler erkennen zum einen die Marktmacht aber auch die Grenzen eines Angebotsoligopolisten, indem sie die Möglichkeiten der Preisbildung erläutern.

Die Schüler lernen, dass bei einem Angebotsoligopol die Preise häufig konstant bleiben (Preisstarrheit), indem sie die Auswirkungen der Preisänderungen und die damit verbundene Zurückhaltung der Anbieter feststellen.

Die Schüler erarbeiten das mögliche Parallelverhalten von Angebotsoligopolisten, indem sie mit Hilfe eines Interviewausschnitts die Verhaltensweisen der Angebotsoligopolisten bei Preisveränderungen eines Wettbewerbers aufzeigen.

Die Schüler schätzen den Preisspielraum im Angebotsoligopol ein, indem sie präferenzpolitische Maßnahmen der Angebotsoligopolisten benennen.

Durch die Partnerarbeit und die anschließende Präsentation der Ergebnisse soll die Verantwortungsbereitschaft und die selbständige Erarbeitung von Aufgabenstellungen gefördert werden.

### 4. Synopse

Unterrichtsphasen	Sachinhalte	Methode	Medien/Materialien
<b>Einstieg/ Problemmatisierung</b> Motivation	Konfrontation mit einer Problemsituation: Warum steigen die Strompreise und die Gaspreise nicht?	Darbietend/ Impulsgebend Schülerbeschreibung	Folie (Anlage I)
	Die Schüler erkennen das Angebotsoligopol als Thema der Stunde.	Schüleräußerungen ggf. fragend- entwickelnd	Tafel (Anlage IV)

<b>Erarbeitung</b> Tun und Ausführen	Angebotsoligopol: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Preissetzung</li> <li>- Marktmacht</li> <li>- Reaktionen der Nachfrager und Mitanbieter bei Preisveränderungen</li> <li>- Parallelverhalten</li> <li>- Schaffung von Preisspielräumen</li> <li>- Beispiele</li> </ul>	Arbeitsgleiche Partnerarbeit	Arbeitsauftrag (Anlage II)
<b>Präsentation/ Sicherung</b>	Angebotsoligopol: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Preissetzung</li> <li>- Marktmacht</li> <li>- Reaktionen der Nachfrager und Mitanbieter bei Preisveränderungen</li> <li>- Parallelverhalten</li> <li>- Schaffung von Preisspielräumen</li> <li>- Beispiele</li> </ul>	Schülervortrag Unterrichtsgespräch	Folie (Anlage III)
<b>Vertiefung</b>	Angebotsoligopol: Grenzen der Marktmacht: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ausweichen auf andere Energiequellen</li> <li>- Verhalten der Konkurrenten</li> </ul>	Unterrichtsgespräch	Folie (Anlage I)
<b>Sicherung</b>	Angebotsoligopol: Grenzen der Marktmacht: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ausweichen auf andere Energiequellen</li> <li>- Verhalten der Konkurrenten</li> </ul>	Unterrichtsgespräch	Tafel (Anlage IV)
<b>Transfer</b> (didaktische Reserve)	Nachfrageoligopol: Wie sieht die Marktsituation der Milchbauern aus?	Einzelarbeit	Arbeitsauftrag (Anlage V)
<b>Präsentation/ Sicherung</b>	Nachfrageoligopol: Wie sieht die Marktsituation der Milchbauern aus?	Schülervortrag Unterrichtsgespräch	Folie (Anlage VI)

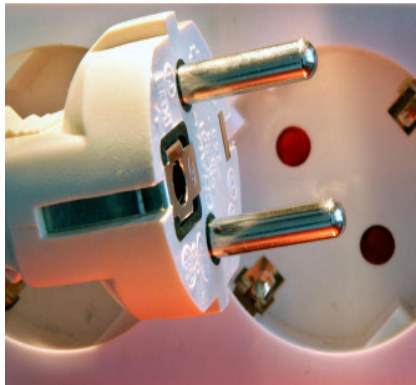
## 5. Anlagen

- I Einstieg
- II Partnerarbeitsaufträge
- III Erwartete Schülerantworten
- IV Tafelbild
- V Einzelarbeitsauftrag
- VI Erwartete Schülerantworten
- VII Literaturhinweise

## Anlage I: Einstieg

### „Stromanbieter quälen die Verbraucher

Haushalte müssen immer mehr Geld für Strom bezahlen – obwohl die Preise für Primärenergie am Markt sinken. Doch es gibt Wege, sich zu wehren.



Die Gaspreise fallen – doch die Strompreise steigen weiter. Das ergibt sich aus der jüngsten Preisübersicht des Verbraucherportals Verivox für den deutschen Energiemarkt. Danach haben 168 Gasversorger in ganz Deutschland zum 1. Juni oder 1. Juli Preissenkungen von durchschnittlich zehn Prozent angekündigt, wie Verivox am Mittwoch mitteilte. Im selben Zeitraum erhöhten zehn Stromanbieter die Preise um durchschnittlich sechs Prozent. Nur drei Stromversorger verbilligten ihre Angebote“ ([www.focus.de](http://www.focus.de) vom 20.05.09).

Quelle: [www.focus.de](http://www.focus.de)

#### Hinweise:

##### Gaspreise:

Die Gaspreise sind an die Entwicklung des Rohölpreises gekoppelt. Aufgrund der seit Ende 2008 andauernden schlechten weltwirtschaftlichen Lage ist die Nachfrage nach Rohöl stark rückläufig. Bei annähernd gleichen Förderkapazitäten führt dies zu einem Preisrückgang auf den Rohölmärkten.

##### Strompreise:

Strom wird in einem Produktionsprozess, in dem Primärenergieträger (z.B. Braun-/Steinkohle, Sonne, Wind) eingesetzt werden, erzeugt und von den Stromanbietern zur Verfügung gestellt. Der Strompreis ist im Vergleich zum Gaspreis weniger von internationalen Märkten abhängig.

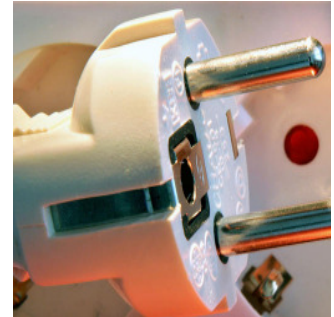
## Anlage II: Partnerarbeitsaufträge

Fach:	Volkswirtschaftslehre	Datum:
Thema:	Marktformen	Lehrer/in:

### Arbeitsauftrag

### Angebotsoligopol

Auf dem Strommarkt stehen wenige Anbieter vielen Nachfragern gegenüber. Welche Folgen ergeben sich aus dieser Marktform für die Anbieter und Nachfrager (Verbraucher)?



#### Aufgaben:

1. Welche Auswirkungen hat ein Angebotsoligopol hinsichtlich des Strompreises für den Nachfrager? Welche zusätzlichen negativen Auswirkungen (aus Sicht der Nachfrager)- neben dem Preis - muss der Stromverbraucher befürchten? Wie beurteilen Sie die Marktmacht der Stromanbieter?
2. Mit welchen Reaktionen der **Nachfrager** und der **Wettbewerber** muss ein Stromanbieter bei Preisveränderungen grundsätzlich rechnen? Welche Auswirkungen haben die von einem Stromanbieter richtig vorhergesagten Reaktionen der Konkurrenten auf den Preis?
3. Erläutern Sie, mit Hilfe des unten aufgeführten Interviewsausschnittes, was mit einem möglichen Parallelverhalten von Stromanbietern gemeint sein könnte?

Interview mit WDR-Wirtschaftsredakteur Jürgen Döschner

„Politiker und Verbraucherschützer fordern Maßnahmen gegen die Marktmacht der großen Stromkonzerne. WDR-Wirtschaftsexperte Jürgen Döschner erklärt im Interview, warum eine Zerschlagung der Konzerne sinnvoll sein kann.

Die hohen Strompreise ärgern seit Wochen Politiker und Verbraucher. Jetzt gibt es Hinweise, dass die vier großen Konzerne illegale Preisabsprachen getroffen haben könnten“ (<http://www.wdr.de> vom 06.06.2009).

4. Durch welche präferenzpolitischen Maßnahmen könnten sich die Stromanbieter und andere Oligopolisten einen preispolitischen Spielraum schaffen?
5. Nennen Sie zwei weitere Beispiele für Angebotsoligopole!



Für diese Partnerarbeitsaufträge haben Sie 15 Minuten Zeit!  
Notieren Sie zunächst Ihre Ergebnisse auf eigenem Papier.

Wählen Sie einen Sprecher, der das Ergebnis in großer und lesbarer Schrift auf Folie präsentiert!



## Anlage III: Erwartete Schülerantworten

### Arbeitsauftrag

### Angebotsoligopol

1. Welche Auswirkungen hat ein Angebotsoligopol hinsichtlich des Strompreises für den Nachfrager? Welche zusätzlichen negativen Auswirkungen (aus Sicht der Nachfrager)- neben dem Preis - muss der Stromverbraucher befürchten? Wie beurteilen Sie die Marktmacht der Stromanbieter?

- Der Angebotsoligopolist bestimmt den für die Nachfrager zu zahlenden Preis. Verbraucher haben daher höhere Preise zu zahlen.
- Aufgrund der geringen Anzahl von Anbietern ist zu befürchten, dass die Servicebereitschaft und die Kundenfreundlichkeit, im Vergleich zu einer hohen Anzahl von Anbietern schwächer ausgebildet ist.
- Im Angebotsoligopol gibt es nur wenige, dafür aber relativ starke Anbieter. Die Anbieter verfügen somit über eine große Marktmacht.

2. Mit welchen Reaktionen der **Nachfrager** und der **Wettbewerber** muss ein Stromanbieter bei Preisveränderungen grundsätzlich rechnen? Welche Auswirkungen haben die von einem Stromanbieter richtig vorhergesagten Reaktionen der Konkurrenten auf den Preis?

#### Preiserhöhungen:

Erhöht ein Oligopolist seinen Preis und die anderen Anbieter ziehen nicht mit, verliert er Kunden an seine günstigeren Wettbewerber. Wahrscheinlich wird er seinen Preis wieder senken.

#### Preissenkungen:

Senkt er indes seinen Preis, ziehen die Konkurrenten evtl. nach, um keine Kunden an ihn zu verlieren. Alle betroffenen Anbieter haben dadurch preisbedingte Umsatzeinbußen.

#### Preisstarreheit:

Aufgrund der von einem Stromanbieter richtig vorhergesagten Reaktionen der Konkurrenten bleiben die Preise häufig über eine längere Zeit konstant.

3. Erläutern Sie, mit Hilfe des unten aufgeführten Interviewsausschnittes, was mit einem möglichen Parallelverhalten von Stromanbietern gemeint sein könnte?

Die Erhöhung oder Senkung des Preises von mindestens einem Stromanbieter führt gleichfalls zu einer Erhöhung oder Senkung des Preises bei den anderen Stromanbietern.

4. Durch welche präferenzpolitischen Maßnahmen könnten sich die Stromanbieter und andere Angebotsoligopolisten einen preispolitischen Spielraum schaffen?

#### Stromanbieter:

Ausweitung des Services und Verbesserung der Kundenfreundlichkeit

#### Andere Oligopolisten:

Verbesserung der Qualität, Innovationsbereitschaft

5. Nennen Sie zwei weitere Beispiele für Angebotsoligopole!

Flugzeugbau (Airbus, Boeing), Kraftstoffanbieter (Shell, Aral)

## Anlage IV: Tafelbild

Tafel außen: Angebotsoligopol:

⇒ wenige Anbieter stehen vielen Nachfragern gegenüber

Tafel innen: Grenzen der Marktmacht von Angebotsoligopolisten:

⇒ Ausweichen auf andere Energiequellen

⇒ Verhalten der Konkurrenten

## Anlage V: Einzelauftrag

Fach:	Volkswirtschaftslehre	Datum:
Thema:	Marktformen	Lehrer/in:

### Arbeitsauftrag Oligopol

#### Aufgaben:

Lesen Sie bitte die unten aufgeführten Artikel aufmerksam durch und beurteilen Sie die Marktmacht der Einzelhändler und der Milchbauern! Wer besitzt die Marktmacht und wie könnte man das Oligopol noch genauer bezeichnen?

#### 1. Artikel:

„Aldi senkt Milchpreis deutlich - andere Händler (Lidl, Edeka und Rewe<sup>3</sup>) ziehen sofort nach Mülheim/Köln - Im deutschen Lebensmittelhandel hat eine große Preissenkungswelle für Milch und Milchprodukte begonnen.“



Der Discounter Aldi, an dem sich andere große Händler orientieren, senkt die Milchpreise stärker als von Branchenbeobachtern erwartet. Aldi Süd reduzierte am Montag den Preis für fettarme Milch um sieben auf 42 Cent je Liter und den Preis für Vollmilch um sieben auf 48 Cent je Liter. Auch andere Milchprodukte wie Magerquark und Schlagsahne werden nun deutlich billiger verkauft.“ (vgl. [www.proplanta.de](http://www.proplanta.de) vom 04.05.2009).

#### 2. Artikel:

„Milchbauern wollen mehr Geld“

Deutsche Bauern setzen Molkereien unter Druck, damit diese beim Handel höhere Preise durchsetzen. Den Erfolg könnten Verbraucher am Kassenzettel ablesen.



Um die Milchpreise tobt ein Kampf

Wenn es nach dem Wunsch der Milchbauern geht, müssten sie 40 Cent für jeden Liter Frischmilch bekommen, um sinnvoll wirtschaften zu können. Doch derzeit bekommen sie gerade einmal 27 Cent je Liter. Setzen die Bauern höhere Milchpreise durch, müssen Verbraucher für sämtliche Milcherzeugnisse wie Butter, Joghurt und H-Milch künftig tiefer in die Tasche greifen.“ ([www.focus.de](http://www.focus.de) vom 07.05.09).

<sup>3</sup> Der Discounter Penny gehört zum RWE-Konzern.

## Anlage VI: Erwartete Schülerantworten

Lesen Sie bitte die unten aufgeführten Artikel aufmerksam durch und beurteilen Sie die Marktmacht der Einzelhändler und der Milchbauern! Wer besitzt die Marktmacht und wie könnte man das Oligopol noch genauer bezeichnen?

- Die Händler fragen die Milch für den Verkauf an Konsumenten nach, während die Milchbauern die Milch als Produzenten anbieten. Da es eine Vielzahl von Milchproduzenten gibt und nur eine relativ geringe Anzahl von Händlern, besitzen hier die Händler die Marktmacht.
- Das vorliegende Oligopol wird mit dem Begriff des Nachfrageoligopols genauer bezeichnet, da diese Formulierung zum Ausdruck bringt, dass die Marktmacht von Seiten der Nachfrager ausgeht. Dies sind in diesem Fall die Großhandelsketten.

## Anlage VII: Literaturhinweise

MEYER, H.: Leitfaden Unterrichtsvorbereitung. Berlin 2007

Vry, W.: Volkswirtschaftslehre. Ludwigshafen (Rhein) 2000

Didaktische Jahresplanung der Berufsfachschule des Berufskollegs Rheydt-Mülfort