

	Polypol	Oligopol	Monopol
Zahl der Marktteilnehmer	<i>viele Anbieter – viele Nachfrager</i>	<i>wenige Anbieter – viele Nachfrager</i>	<i>ein Anbieter – viele Nachfrager</i>
Möglichkeit der Preisbeeinflussung	<i>gering</i>	<i>gegeben</i>	<i>groß</i>
Wettbewerb zwischen den Anbietern	<i>groß</i>	<i>mittel</i>	<i>nicht vorhanden</i>
Vorteile	<i>Kunden haben große Auswahl Konkurrenz wird gefördert</i>	<i>Nachfrager haben Überblick über Anbieter</i>	<i>Kostenvorteile durch Massenproduktion</i>
Nachteile	<i>Kaum Kostenvorteile durch Massenproduktion</i>	<i>Preisabsprachen zu Lasten der Nachfrager Wettbewerbsbeschränkung</i>	<i>Machtmissbrauch Hohe Preise Kein Wettbewerb</i>

Fazit:

- Je **geringer** die Zahl der Marktteilnehmer, desto **größer** ist die Möglichkeit zur Preisbeeinflussung.
- Je **geringer** die Zahl der Marktteilnehmer, desto **geringer** ist der auf diesem Markt herrschende Wettbewerb.