

Linus Strelau

Heierogenisierung  
der Produkte im traditionellen

**Oligopol**

# INHALTSVERZEICHNIS

Verzeichnis der verwendeten Symbole.....>.....!	X
Abbildungen und Tabellen.....!	XII
<b>1. Einleitung</b> .....	<b>1</b>
1.1. Problemstellung.....	1
1.2. Abgrenzung.....	8
1.3. Paradismen.....	18
1.4. Methodik.....	21
<b>2. Marktmodell: Das Dvopoloid substitutiver Produkte in der Oligopoltheorie</b> <b>    nach Krelle und Ott</b> .....	<b>24</b>
2.1. Allgemeine Grundlagen.....	24
2.2. Analytische und graphisch-anschauliche Darstellung des Oligopolmodells bei kostenloser Produktion.....	32
2.2.1. Das Dyopoloid in der Preis-Preis-Betrachtung.....	32
2.2.2. Das Dyopoloid in der Mengen-Preis-Betrachtung.....	43
2.2.3. Das homogene Dyopol in der Mengen-Mengen-Betrachtung.....	47
2.3. Analytische Beschreibung des Oligopolmodells unter Einbeziehung von Produktionskosten.....	53
<b>3. Grundlagen für die Analyse der Substitutionalität als Resultat der Produkt-</b> <b>heterogenisierung im Oligopol</b> .....	<b>58</b>
3.1. Allgemeine Grundlagen.....	58
3.2. Variierende Heterogenität im Oligopol.....	65
3.2.1. Die Substitutionalität des Produktangebotes im Oligopol.....	66
3.2.2. Das allgemeine Homogenitätsmaß $S$ zur analytischen Beschreibung vari- rierender Heterogenität bei linearer Reaktionsverbundenheit der Oligopo- listen.....	71
<b>4. Heterogenisierung eines bestehenden Produktangebotes im Oligopol</b> .....	<b>80</b>
4.1. Vollkommene Produkthomogenität im Oligopol mit $S=1$ .....	81
4.1.1. Isolierte Nachfragewirkungen bei kostenloser Produktion im Oligopol vollkommen homogener Produkte.....	81
4.1.2. Einbeziehung von Produktionskosten im Oligopol vollkommen homo- gener Produkte.....	94
4.2. Geringe Heterogenität im Oligopol mit $S=0,75$ .....	101
4.2.1. Isolierte Nachfragewirkungen bei kostenloser Produktion im Oligopol mit geringer Produktheterogenität.....	101
4.2.2. Einbeziehung von Produktionskosten im Oligopol mit geringer Heterogenität.....	112

<b>4.3. Mittlere Heterogenität im Oligopol mit <math>S=0,5</math></b> .....	<b>117</b>
4.3.1. Isolierte Nachfragewirkungen bei kostenloser Produktion im Oligopol und mittlerer Heterogenität.....	<b>113</b>
4.3.2. Einbeziehung von Produktionskosten im Oligopol bei mittlerer Heterogenität.....	<b>&lt;.....121</b>
<b>4.4. Starke Heterogenität im Oligopol mit <math>S=0,25</math></b> .....	<b>132</b>
4.4.1. Isolierte Nachfragewirkungen bei kostenloser Produktion im Oligopol stark differenzierter Produkte.....	<b>132</b>
4.4.2. Einbeziehung von Produktionskosten im Oligopol mit starker Produktheterogenität.....	<b>138</b>
<b>4.5. Unabhängige Produkte im Monopol mit <math>S=0</math> als Grenzfall des Oligopolmodells</b> .....	<b>140</b>
<b>4.6. Zusammenfassung und Ausblick</b> .....	<b>143</b>
<b><u>5./Ein Lösungsvorschlag zur Analyse heterogener Oligopole: mengenoptimierende Preissetzung (MPS)</u></b> .....	<b>151</b>
5.1. Vorbemerkungen.....	<b>151</b>
5.2. Mengenoptimierende Preissetzung bei kostenloser Produktion.....	<b>154</b>
5.3. Mengenoptimierende Preissetzung unter Berücksichtigung von Produktionskosten.....	<b>162</b>
<b><u>6. Produktheterogenisierung im Monopol durch Einführung neuartiger Produktvarianten</u></b> .....	<b>169</b>
6.1. Allgemeine Grundlagen.....	<b>169</b>
6.2. Erlösbetrachtung bei kostenloser Produktion.....	<b>171</b>
6.2.1. Produktheterogenisierung im Monopol durch Einführung einer zweiten Produktvariante.....	<b>171</b>
6.2.2. Produktheterogenisierung im Monopol durch Einführung von beliebig vielen Produktvarianten.....	<b>174</b>
6.3. Gewinnbetrachtung unter Berücksichtigung von Heterogenisierungskosten.....	<b>182</b>
6.3.1. Die Kosten der Einführung differenzierter Produktvarianten durch ein Mehrproduktunternehmen.....	<b>183</b>
6.3.2. Gewinnbetrachtung bei Einführung heterogenisierter Produktvarianten durch ein Mehrproduktunternehmen.....	<b>188</b>
<b><u>7. Produktheterogenisierung im Oligopol durch Einführung neuartiger Produktvarianten</u></b> .....	<b>191</b>
7.1. Allgemeine Grundlagen.....	<b>191</b>
7.1.1. Analytische und graphisch-anschauliche Beschreibung der Problemstellung.....	<b>191</b>
7.1.2. Weitere analytische Grundlagen zur Untersuchung eines asymmetrischen Oligopols.....	<b>200</b>

<b>7.2. Anbieter 2 bringt ein zweites heterogenisiertes Produkt auf den oligopolistischen Absatzmarkt.....</b>	<b>202</b>
7.2.1. Isolierte Nachfragewirkungen bei kostenloser Produktion.....	202
7.2.2. Gewinnbetrachtung unter Berücksichtigung von Produktions- und Heterogenisierungskosten.....	205
<b>7.3. Anbieter 2 bringt ein drittes heterogenisiertes Produkt auf den oligopoiistischen Absatzmarkt.....</b>	<b>209</b>
7.3.1. Isolierte Nachfragewirkungen bei kostenloser Produktion.....	209
7.3.2. Gewinnbetrachtung unter Berücksichtigung von Produktions- und Heterogenisierungskosten.....	211
<b>7.4. Beide Anbieter bieten jeweils zwei heterogenisierte Produktvarianten auf dem oligopoiistischen Absatzmarkt an.....</b>	<b>214</b>
7-4.1. Isolierte Nachfragewirkungen bei kostenloser Produktion.....	215
7.4.2. Gewinnbetrachtung unter Berücksichtigung von Produktions- und Heterogenisierungskosten.....	217
<b>7.5. Die Einführung weiterer heterogenisierter Produktvarianten auf dem oligopoiistischen Absatzmarkt.....</b>	<b>219</b>
<b>7.6. Zusammenfassung.....</b>	<b>223</b>
<b><u>8. Exkurs: Das Oligopol mit komplementären Produkten.....</u></b>	<b>229</b>
<b><u>9. Schlußbetrachtung.....</u></b>	<b>239</b>
<b><u>Anhang:.....</u></b>	<b>247</b>
<b>Anlage 1: Ergänzende Anmerkungen zur traditionellen Gleichgewichtslösung bei Preiskonkurrenz im differenzierten Oligopol von <i>Krelle</i> und <i>Ott</i>.....</b>	<b>247</b>
<b>Anlage 2: Analytische Herleitungen und Berechnungen.....</b>	<b>249</b>
<b>Anlage 3: Korrespondenz zwischen <i>Walter Köhler</i>, <i>Wilhelm Krelle</i> und <i>Peter Friedrich</i>.....</b>	<b>278</b>
<b>Literaturverzeichnis.....</b>	<b>287</b>