

Susanne Wied-Nebbeling

Markt- und Preistheorie

Dritte, verbesserte
und erweiterte Auflage

Mit 73 Abbildungen



Springer

INHALTSVERZEICHNIS

I. EINFÜHRUNG UND GRUNDLAGEN

1.	Die Fragestellung	1
2.	Zur Einteilung der Marktformen	3
2.1	Vollkommener - unvollkommener Markt	3
2.2	Marktzugang	5
2.3	Das morphologische Marktformenschema	6
3.	Abgrenzungsprobleme	9
3.1	Abgrenzung Oligopol/Polypol	9
3.2	Abgrenzung 'relevanter' ¹ Markt	10
4.	Zur Dynamik der Marktformen	13
5.	Die Nachfragefunktion	14

II. MONOPOL, MONOPSON UND BILATERALES MONOPOL

1.	Monopol	17
1.1	Grundlagen	17
1.2	Das Monopol in statischer Sicht: Ineffizienzen	21
1.2.1	Der dead-weight loss	21
1.2.2	Monopolgrad	25
1.2.3	Faktorallokation im Monopol	27
1.3	Monopole in dynamischer Sicht	35
1.3.1	Das Monopol in der Expansionsphase	36
1.3.2	Monopole in späteren Marktphasen	37
1.4	Das natürliche Monopol	38
1.5	Monopolistische Preisdifferenzierung	46
1.5.1	Preisdifferenzierung ersten Grades	47
1.5.2	Preisdifferenzierung zweiten Grades	49
1.5.3	Preisdifferenzierung dritten Grades	51
	Anhang zu Kapitel 11.1	
A. 1.1	Ein Monopol mit Verlusten (L)	56
A. 1.2	Konsumenten- und Produzentenrente (L)	57
A. 1.3	Preisdifferenzierung im natürlichen Monopol: von der Second-best zur First-best Lösung	59
A. 1.4	Wohlfahrtsverluste durch Preisdifferenzierung dritten Grades	61
2.	Teilmonopol	63
2.1	Grundlagen	63
2.2	Preissetzung bei kurzfristiger Gewinnmaximierung	64
	Anhang zu Kapitel II.2	
	Der Niedergang der dominierenden Firma	68

Monopson	70
3.1 Grundlagen	70
3.2 Der Monopsonpreis	72
3.3 Weitere Parallelen zum Monopol	77
Anhang zu Kapitel II.3	
A.3.1 Ein numerisches Beispiel (L)	80
A.3.2 Doppelte Ausbeutung auf dem Faktormarkt	81
Das bilaterale Monopol	83
4.1 Grundlagen	83
4.2 Der Verhandlungsspielraum	85
4.3 Eine spieltheoretische Lösung	91
Anhang zu Kapitel II.4	
A.4.1 Begriffe für die verwendeten Funktionen aus Anbieter- und Nachfragersicht (L)	95
A.4.2 Zahlenbeispiel für das bilaterale Monopol (L)	96
A.4.3 Das bilaterale Monopol mit Isogewinnkurven	98

. MONOPOLISTISCHE KONKURRENZ

1. Zur Struktur des Marktes	102
2. Das Modell Chamberlins	105
2.1 Zugrundeliegende Annahmen	105
2.2 Grafische Darstellung	105
2.3 Kritik	111
Anhang zu Kapitel III.2	
A.2.1 Analytische Herleitung der Gewinn- maximierung im Chamberlin-Modell	113
A.2.2 Zahlenbeispiel zum Chamberlin-Modell (L)	116
3. Das Modell Gutenbergs	119
3.1 Preislage und akquisitorisches Potential	119
3.2 Die doppelt geknickte Preis-Absatzfunktion	121
3.3 Die Preissetzung des einzelnen Anbieters	123
3.4 Vorzüge und Schwächen der Lösung Gutenbergs	127
Anhang zu Kapitel III.3	
A.3.1 Eine allgemeine Formulierung der Preis-Absatz- funktion beim Gutenberg-Modell der monopo- listischen Konkurrenz	130
A.3.2 Zahlenbeispiel zur Ermittlung des absoluten Gewinnmaximums bei der doppelt-geknickten Preis-Absatzfunktion (L)	132
A.3.3 Vergleich mit dem Chamberlin-Modell	135
4. Neuere Ansätze	136

IV. OLIGOPOLISTISCHE MÄRKTE

1.	Grundlagen	139
2.	Das Oligopol auf dem vollkommenen Markt	142
2.1	Mengenstrategie: Die Cournot-Lösung	143
2.1.1	Eine einfache statische Version	144
2.1.2	Dynamisches Cournot-Dyopol	147
2.1.3	Eine allgemeine Lösung des Cournot-Oligopols	151
2.1.4	Wohlfahrtstheoretische Schlußfolgerungen	153
2.2	Weitere Lösungen bei Mengenstrategie	154
2.2.1	Das Stackelberg-Modell	154
2.2.2	Die beiden Extrem Lösungen	157
2.3	Vergleich der Lösungen bei Mengenstrategie	159
2.3.1	Wohlfahrtstheoretische Beurteilung	159
2.3.2	Vergleich der Lösungen aus spieltheoretischer Sicht	160
2.4	Preisstrategie: Die Bertrand-Lösung	165
2.5	Homogenes Preisoligopol mit Kapazitätsbeschränkung	168
	Anhang zu Kapitel IV.2	
A.2.1	Zum Zusammenhang zwischen Konzentration und Marktergebnis beim homogenen Mengenoligopol	171
A.2.2	Zahlenbeispiel zum homogenen Preisoligopol mit Kapazitätsbeschränkung (L)	172
3.	Oligopole auf dem unvollkommenen Markt	174
3.1	Grundlagen	174
3.2	Lineare Nachfragefunktionen beim heterogenen Dyopol	176
3.3	Lösungen mit Bertrand- und Stackelbergverhalten	181
3.4	Das Modell der geknickten Nachfragefunktion	185
3.4.1	Die Ausgangslage	185
3.4.2	Kosten- und Nachfrageänderungen	188
3.4.3	Kritik am Modell der geknickten Nachfragefunktion	190
3.5	Das heterogene Oligopol bei Gutenberg	193
3.5.1	Die partielle Interdependenz	193
3.5.2	Anpassung an Datenänderungen	198
3.5.3	Schlußfolgerungen	203
3.6	Standortmodelle	204
3.6.1	Einordnung	204
3.6.2	Straßenmodell	206
3.6.3	Kreismodell	213
3.6.4	Vertikale Produktdifferenzierung	218
	Anhang zu Kapitel IV.3	
A.3.1	Eine Gegenüberstellung der hier verwendeten Nachfragefunktionen mit den herkömmlichen	221
A.3.2	Cournot-Lösung im heterogenen Dyopol	222
A.3.3	Das Modell der geknickten Nachfragekurve mit Kostenerhöhung bei einem Anbieter	224
A.3.4	Analytische Lösung des Hotelling Modells	226