

INSTITUT FÜR ANGEWANDTE WIRTSCHAFTSFORSCHUNG  
TÜBINGEN

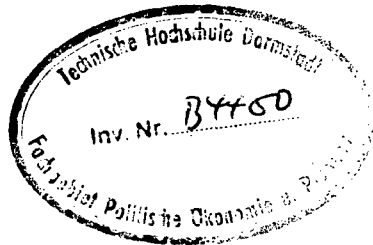
Schriftenreihe: Band 30

# PREISBILDUNG AUF MÄRKTEN MIT HOMOGENEN MASSENGÜTERN

Gutachten im Auftrag des  
Bundesministers für Wirtschaft

von  
LOTHAR RALL  
und  
SUSANNE WIED-NEBBELING

Mit 24 Tabellen, 21 Abbildungen,  
5 Übersichten und 1 Karte



1977

J. C. B. MOHR (PAUL SIEBECK) TÜBINGEN

VB TU Darmstadt



51586450

## Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	1
2. Fallstudie Zementmarkt	3
2.1 Zement als homogenes Massengut	3
2.2 Marktabgrenzung	5
2.3 Marktstruktur	8
2.3.1 Marktphase und Marktentwicklung	8
2.3.2 Struktur der Nachfrageseite	11
2.3.3 Struktur der Anbieterseite	17
2.3.3.1 Zahl der Anbieter	17
2.3.3.2 Horizontale Verflechtungen und Marktanteile	19
2.3.3.3 Vertikale Verflechtungen	28
2.3.4 Markttransparenz	29
2.3.5 Produktionstechnik	31
2.3.5.1 Technik der Zementherstellung	31
2.3.5.2 Struktur der Produktionsanlagen und technischer Fortschritt	32
2.3.5.3 Charakteristische Verbrauchs- und Produktionsfunktionen	36
2.3.6 Kostenstruktur	38
2.3.6.1 Hauptkostenarten und deren Entwicklung	38
2.3.6.2 Zusammensetzung der Selbstkosten	41
2.3.6.3 Kostenverläufe	45
2.3.6.4 Die Bedeutung der kalkulatorischen Abschreibung für den Kostenverlauf	53
2.3.7 Markteintrittsbedingungen	56

2.4 Marktverhalten	59
2.4.1 Kooperative Zusammenarbeit	60
2.4.2 Preissystem (Frankostationspreise)	68
2.4.3 Preisentwicklung, Rabatte, Konditionen	71
2.4.3.1 Allgemeine Preisentwicklung	72
2.4.3.2 Preisentwicklung in Süddeutschland	74
2.4.3.3 Preisentwicklung in Westfalen und Nord-Rheinland	80
2.4.3.4 Rabatte und Konditionen	86
2.4.4 Preisführerschaft und Parallel- verhalten	86
2.4.4.1 Preisführerschaft und Parallel- verhalten in Süddeutschland	88
2.4.4.2 Preisführerschaft und Parallel- verhalten in Westfalen und Nord- Rheinland	90
2.4.5 Reaktion auf veränderte Marktbe- dingungen	91
3. Theoretische Erklärung der Preisbildung aufgrund von Marktstruktur und Marktverhalten	95
3.1 Empirische Grundlagen der modelltheoretischen Überlegungen	95
3.2 Preissetzung des einzelnen Anbieters	97
3.2.1 Preissetzung durch den Preisführer	98
3.2.2 Die Situation des einzelnen Preisfolgers	104
3.3 Erklärungshypothesen für das Funktionieren der Preisführerschaft in Süddeutschland	109
3.4 Erklärungsmodell für die Preisbildung in Westfalen	114
3.5 Ergebnis unserer theoretischen Überlegungen	121

4. Kurze Analyse vergleichbarer Märkte	126
4.1 Chemiefasermarkt	127
4.1.1 Homogenität des Produkts	127
4.1.2 Marktstruktur	128
4.1.3 Marktverhalten	131
4.1.4 Ergebnis	132
4.2 Düngemittelmarkt	133
4.2.1 Homogenität des Produkts	134
4.2.2 Marktstruktur	134
4.2.3 Marktverhalten	135
4.2.4 Ergebnis	136
4.3 Markt für Flachglas	136
4.3.1 Homogenität des Produkts	136
4.3.2 Marktstruktur	137
4.3.3 Marktverhalten	139
4.3.4 Ergebnis	140
4.4 Markt für Aluminiumhalbzeug	140
4.4.1 Homogenität des Produkts	140
4.4.2 Marktstruktur	142
4.4.3 Marktverhalten	143
4.4.4 Ergebnis	144
5. Ausblick	145

### Anhang

Anhang A: Tabellen	148
Anhang B: Zwei Oligopolmodelle	157
Literaturverzeichnis	160