

Stefan Bühler · Franz Jaeger

---

# Einführung in die Industrieökonomik

Mit 35 Abbildungen und 23 Tabellen



Springer

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einführung und Übersicht</b>	<b>1</b>
1.1	Begriff und Zweck der Industrieökonomik . . . . .	1
1.1.1	Was ist Industrieökonomik? . . . . .	1
1.1.2	Zweck und wirtschaftspolitische Relevanz der IO . . . . .	3
1.2	Dogmengeschichtliche Wellen der IO . . . . .	4
1.2.1	Traditionelle IO: Erste Welle . . . . .	4
1.2.2	Neuere Industrieökonomik: Zweite Welle . . . . .	7
1.3	Zum Inhalt dieses Buches . . . . .	9
1.4	Literatur . . . . .	12
<b>2</b>	<b>Elemente einer Theorie der Firma</b>	<b>13</b>
2.1	Einleitung . . . . .	13
2.2	Die technische Sicht der Firma . . . . .	14
2.2.1	Skalenerträge . . . . .	16
2.2.2	Verbundvorteile . . . . .	21
2.2.3	Natürliches Monopol und Subadditivität . . . . .	22
2.2.4	Diskussion . . . . .	27
2.3	Der Prinzipal-Agent-Ansatz . . . . .	29
2.3.1	Design eines Anreizvertrages: Überblick . . . . .	30
2.3.2	Zentrale Ergebnisse . . . . .	31
2.3.3	Diskussion . . . . .	36
2.4	Der Transaktionskosten-Ansatz . . . . .	37
2.4.1	Charakteristika von Transaktionskosten . . . . .	37
2.4.2	Transaktionskosten und unvollständige Verträge . . . . .	38

2.4.3	Zur Effizienz unvollständiger Verträge . . . . .	39
2.4.4	Diskussion . . . . .	41
2.5	Der eigentumsrechtliche Ansatz . . . . .	42
2.5.1	Eigentum, Firmen und Markt . . . . .	42
2.5.2	Eigentum und Investitionsanreize: ein Beispiel . . . . .	43
2.5.3	Diskussion . . . . .	46
2.6	Schlussfolgerungen . . . . .	46
2.7	Anhang . . . . .	48
2.7.1	Decreasing ray average cost . . . . .	48
2.7.2	Transray convexity . . . . .	48
2.7.3	Anwendung auf die Schätzfunktion im Beispiel British Telecom . . . . .	49
2.8	Aufgaben . . . . .	50
2.9	Literatur . . . . .	52
<b>3</b>	<b>Grundmodelle in der Industrieökonomik</b>	<b>55</b>
3.1	Einführung . . . . .	55
3.2	Das Polypol . . . . .	56
3.2.1	Vollkommene Konkurrenz . . . . .	56
3.2.2	Monopolistische Konkurrenz . . . . .	58
3.3	Das Monopol . . . . .	59
3.3.1	Preise und Mengen . . . . .	59
3.3.2	Qualität . . . . .	63
3.3.3	Kosten . . . . .	64
3.3.4	Erweiterungen . . . . .	66
3.4	Das Oligopol . . . . .	71
3.4.1	Spieltheoretische Grundlagen . . . . .	72
3.4.2	Bertrand-Wettbewerb . . . . .	78
3.4.3	Cournot-Wettbewerb . . . . .	81
3.4.4	Erweiterungen . . . . .	86
3.5	Anhang . . . . .	94
3.5.1	Monopolpreise und Grenzkosten . . . . .	94
3.5.2	Preiselastizität der Nachfrage bei Preis- oder Mengensetzung . . . . .	94
3.5.3	Der Ramsey-Index für interdependente Nachfragen . . . . .	95
3.6	Aufgaben . . . . .	97
3.7	Literatur . . . . .	99
<b>4</b>	<b>Kooperation und Kollusion</b>	<b>101</b>
4.1	Einführung . . . . .	101
4.2	Alternative Kooperationsformen . . . . .	102
4.2.1	Offene Kooperation . . . . .	102
4.2.2	Verdeckte Kooperation . . . . .	107
4.3	Kollusion bei statischer Konkurrenz . . . . .	109
4.3.1	Zur Stabilität von Kartellen . . . . .	109

4.3.2	Stabile Kollusion im Cournot-Oligopol . . . . .	110
4.4	Kollusion bei dynamischer Konkurrenz . . . . .	114
4.4.1	Kollusion in Superspielen . . . . .	115
4.4.2	Kollusion im Oligopol . . . . .	118
4.4.3	Erweiterungen . . . . .	121
4.4.4	Zusammenfassung . . . . .	125
4.5	Partielle Kollusion und Joint Ventures . . . . .	127
4.5.1	Partielle Kollusion . . . . .	127
4.5.2	Horizontale Joint Ventures . . . . .	128
4.5.3	Joint Ventures in F&E . . . . .	130
4.6	Fusionen . . . . .	133
4.6.1	Vorbemerkungen . . . . .	133
4.6.2	Zusammenhang zwischen Konzentration und Markt- preis . . . . .	134
4.6.3	Horizontale Fusionen . . . . .	136
4.6.4	Vertikale Fusionen . . . . .	140
4.7	Anhang . . . . .	145
4.7.1	Vertikale Joint Ventures und Spillovers . . . . .	145
4.7.2	Horizontale Fusionen: Bedingung für Preiserhöhung . . . . .	146
4.8	Aufgaben . . . . .	148
4.9	Literatur . . . . .	150
<b>5</b>	<b>Marktstruktur und Marktdynamik</b>	<b>153</b>
5.1	Einführung . . . . .	153
5.2	Konzentration und Durchschnittskosten . . . . .	154
5.3	Das Konzept der Contestable-Markets . . . . .	156
5.3.1	Definitionen . . . . .	156
5.3.2	Ergebnisse . . . . .	157
5.3.3	Diskussion . . . . .	159
5.4	Marktzutrittskosten und Wettbewerbsform . . . . .	160
5.4.1	Exogene Marktzutrittskosten . . . . .	161
5.4.2	Endogene Marktzutrittskosten . . . . .	166
5.5	Marktstruktur und Effizienz . . . . .	168
5.5.1	Business Stealing . . . . .	169
5.5.2	Produktdifferenzierung und Firmenheterogenität . . . . .	170
5.6	Strategisches Verhalten bei zweistufiger Konkurrenz . . . . .	171
5.6.1	Grundlagen . . . . .	171
5.6.2	Anwendung: Sequentielle Horizontale Fusionen . . . . .	180
5.6.3	Diskussion . . . . .	184
5.7	Wettbewerbspolitische Thesen . . . . .	184
5.8	Anhang . . . . .	187
5.8.1	Wohlfahrtsmaximierende Anzahl Firmen im Cournot- Oligopol . . . . .	187
5.8.2	Vorzeichen des strategischen Effekts bei Marktzutritt . . . . .	188
5.9	Aufgaben . . . . .	190

5.10	Literatur . . . . .	192
<b>6</b>	<b>Empirie</b>	<b>195</b>
6.1	Einführung . . . . .	195
6.2	Probleme bei der Schätzung ökonomischer Modelle . . .	196
6.2.1	Identifikation . . . . .	197
6.2.2	Konsistenz . . . . .	202
6.3	Neue Empirische Industrieökonomik . . . . .	203
6.3.1	Angebotsrelation im Oligopol . . . . .	205
6.3.2	Identifikation des Oligopols . . . . .	207
6.3.3	Zentrale Ergebnisse . . . . .	210
6.3.4	Diskussion . . . . .	211
6.4	Experimente . . . . .	212
6.4.1	Grundlagen . . . . .	213
6.4.2	Ein einfaches Marktexperiment . . . . .	214
6.4.3	Oligopolistische Konkurrenz in Experimenten . . . .	217
6.4.4	Zentrale Ergebnisse . . . . .	221
6.4.5	Diskussion . . . . .	223
6.5	Anhang . . . . .	225
6.5.1	Preiselastizität bei log-linearer Nachfrage . . . . .	225
6.5.2	Simultaneous-Equations Bias im log-linearen Marktmodell . . . . .	225
6.5.3	Herleitung der Angebotsrelation im Oligopol . . . .	226
6.6	Literatur . . . . .	228
<b>7</b>	<b>Lösungen zu den Übungsaufgaben</b>	<b>231</b>
7.1	Vorbemerkungen . . . . .	231
7.2	Lösungen zu Kapitel 2 . . . . .	232
7.3	Lösungen zu Kapitel 3 . . . . .	235
7.4	Lösungen zu Kapitel 4 . . . . .	242
7.5	Lösungen zu Kapitel 5 . . . . .	247
	<b>Abbildungsverzeichnis</b>	<b>253</b>
	<b>Tabellenverzeichnis</b>	<b>255</b>
	<b>Index</b>	<b>257</b>