

# Submission und Preisbildung

Mechanik und ökonomische Effekte der Preisbildung  
bei Bietverfahren

von  
DR. HELMUT LEITZINGER  
Aachen

B 46 718

Juristische Gesamtbibliothek  
der Technischen Hochschule  
Darmstadt



1988

CARL HEYMANNS VERLAG KG

*Köln · Berlin · Bonn · München*

*People of the same trade seldom meet together, even for merriment and diversion, but the conversation ends in a conspiracy against the public, or in some contrivance to raise prices. It is impossible indeed to prevent such meetings, by any law which either could be executed, or would be consistent with liberty and justice. But though the law cannot hinder people of the same trade from sometimes assembling together, it ought to do nothing to facilitate such assemblies; much less to render them necessary.*

Adam Smith

An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations, Vol. I, Book I, Chapter X, p. 200, London 1786

## Inhaltsverzeichnis

Vorwort des Herausgebers	V
I. Orientierung	1
1. Das Anliegen der Arbeit	1
2. Gang der Untersuchung	3
II. Zur Klärung der Begriffe	5
III. Einige Bemerkungen zu den morphologischen Marktschemata	7
IV. Die Bieterverfahren	19
1. Die Preisbildung auf Märkten der Form unilaterales Monopol/Monopson mit fester, unteilbarer Menge des Gutes	19
2. Die Auktion	23
2.1 Die bietergesteuerte Auktion	24
2.2 Die auktionatorgesteuerte Auktion	32
2.2.1 Der optimale Steigerungssatz	50
2.3 Ergebnisse der Untersuchungen über die Auktion	64
3. Die Lizitation	66
4. Die Submission	70
5. Die Einschreibung	79
6. Die Holländische Auktion	83
7. Die Holländische Lizitation	89
8. Das System der Bieterverfahren	94
9. Vergleichende Betrachtung der Preisbildungsverfahren	100
10. Bieten oder Nichtbieten? Spontane und organisierte Ringbildung	102
V. Märkte und Preise	113
1. Modell eines im langfristigen Gleichgewicht befindlichen Marktes	113
2. Die Kosten der Unternehmen	117
3. Kosten und Preise	126
4. Vergleichende Modellrechnung über die Wirkungen und Ergebnisse verschiedener Preisbildungsverfahren	130
5. Die Anwendung einer Strategie	133
6. Der Markt – ein faires Spiel	145
7. Der Markt – ein faires Spiel?	151
VI. Der Preis der Intransparenz	160
VII. Historische Entwicklung und ökonomische Aspekte rechtlicher Regelungen zu Bieterverfahren	174
VIII. Schlußbemerkung	197
Literaturverzeichnis	199