

Inhaltsverzeichnis

Monopol und Oligopol

Kapitel 1

Einführung	1
1.1 Vorbemerkung.....	1
1.1.1 Vorkenntnisse zur Bearbeitung dieses Buches.....	1
1.1.2 Lernziele.....	1
1.2 Die Welt der vollkommenen Konkurrenz.....	1
1.3 Unvollkommene Konkurrenz.....	6
1.3.1 Unvollkommene Konkurrenz und Regulierung.....	6
1.3.2 Unvollkommene Märkte und Partialanalysen.....	7
1.4 Staatliche Regulierung.....	8
1.4.1 Der Regulierungsbegriff.....	8
1.4.2 Positive und normative Theorie der Regulierung.....	9
1.5 Übersicht über den Inhalt des Buches.....	10

Kapitel 2

Der Monopolist	12
2.1 Einführung.....	12
2.2 Definition des Monopols.....	12
2.3 Der Monopolpreis beim Einproduktunternehmen.....	13
2.4 Das Maß für volkswirtschaftliche Effizienz.....	15
2.5 Der soziale Überschuß und der volkswirtschaftlich optimale Preis des Monopolisten.....	20
2.6 Die Preispolitik eines Mehrproduktmonopolisten.....	24
2.6.1 Der allgemeine Fall.....	24
2.6.2 Separable Kosten und Substitution.....	24
2.6.3 Anwendung: Goodwill und intertemporale Preisdifferenzierung.....	25
2.7 Haltbare Güter, Intertemporale Preisdifferenzierung und Produktlebensdauer.....	26
2.7.1 Einführung und Intuition.....	26
2.7.2 Ein einfaches Zwei-Perioden-Modell des Verkaufs haltbarer Güter.....	27

2.7.3	Das Zwei-Perioden-Modell bei Vermietung (Leasing).....	30
2.7.4	Das Zwei-Perioden-Modell bei glaubhaftem Preisversprechen.....	30
2.7.5	Das Zwei-Perioden-Modell bei variabler Produkthaltbarkeit.....	31
2.8	Die Qualitätswahl des Monopolisten.....	32
2.9	Die gesellschaftlich optimale Qualität.....	33
2.10	Vergleich der optimalen Qualitätswahl mit der Wahl des Monopolisten.....	34
2.11	Produktvielfalt und Monopolmacht.....	35
2.12	Monopolmacht und unvollständige Information zwischen zwei Parteien.....	37
2.12.1	Volle Information.....	37
2.12.2	Asymmetrische Information und Verhandlungsmacht.....	37
Appendix zu Kapitel 2.....		40
1.	Die Konsumentenrente als Wohlfahrtsmaß.....	40
2.	Die Bedeutung der Konsumentenrente und des sozialen Überschusses: Der Kompensationstest.....	43
 Kapitel 3		
Mengen- und Preiswettbewerb im Oligopol.....		47
3.1	Cournot-Mengenwettbewerb.....	47
3.2	Bertrand-Preiswettbewerb.....	52
3.3	Kritik am Bertrand-Modell des Preiswettbewerbs.....	55
3.4	Produktdifferenzierung als spezielle Form des Nicht-Preiswettbewerbs.....	60
3.4.1	Hotellings Modell der linearen Stadt oder die Eisverkäufer am Strand bei vorgegebenem Preis.....	61
3.4.2	Das allgemeine Modell des Eisverkäufer-Duopols am Strand.....	63
3.5	Produktdifferenzierung bei freiem Marktzutritt.....	64
3.6	Werbung und Produktdifferenzierung.....	72
Appendix zu Kapitel 3.....		76
Lösungen der Aufgaben.....		76

Kosten und Preise öffentlicher Unternehmen

Kapitel 4

Natürliches Monopol, zunehmende Skalenerträge,

Verbundvorteile.....	79
4.1 Zunehmende Skalenerträge.....	80
4.2 Fixe versus versunkene Kosten.....	83
4.3 Kostenkomplementaritäten.....	86
4.4 Verbundvorteile.....	87
4.5 Fallende Strahlendurchschnittskosten und Querstrahlkonvexität.....	92

Kapitel 5

Der Begriff der internen Subventionierung.....

5.1 Kostenrechnung und interne Subventionierung.....	96
5.2 Der normative Begriff der internen Subventionierung.....	96
5.3 Der moderne Begriff der internen Subventionierung.....	98
5.4 Gemeinkosten.....	102
5.5 Interne Subventionierung und Besteuerung.....	103
5.6 Bewertung des modernen Begriffs der internen Subventionierung.....	105

Kapitel 6

Optimale Preisbildung in Unternehmen, die unter

zunehmenden Skalenerträgen produzieren.....

6.1 Das Eigenwirtschaftlichkeitsprinzip.....	107
(6.2) Ramseypreise.....	(108)
6.3 Preisspaltung (Grundgebühren).....	113
6.4 Wahlweise Tarife und Blocktarife.....	117

Appendix zu Kapitel 6.....	122
----------------------------	-----

Kapitel 7

Das Spitzenlastproblem.....

7.1 Einführung.....	127
---------------------	-----

7.2	Optimale Spitzenlastpreise und optimale Kapazität bei konstanter deterministischer Nachfrage und Leontief-Produktionsfunktion.....	129
7.3	Spitzenlastpreisbildung bei stochastischer Nachfrage.....	135
	Appendix zu Kapitel 7.....	139

Bestreitbare Märkte und Preisregulierung

Kapitel 8

	Das natürliche Monopol und das Konzept der bestreitbaren Märkte.....	141
8.1	Wettbewerb von innen und von außen.....	141
8.2	Das natürliche Monopol, zunehmende Skalenerträge und staatliche Regulierung.....	142
8.3	Das marktzutrittsresistente Monopol.....	145
8.4	Die Existenz von marktzutrittsresistenten Preisen.....	152
8.5	Bestreitbare Märkte.....	155
8.6	Kritik an der Theorie bestreitbarer Märkte.....	160

Kapitel 9

	Ausschreibung von Monopolen.....	164
9.1	Die Veranstaltung eines Wettbewerbs um Monopole.....	164
9.2	Ungelöste Probleme.....	165

Kapitel 10

	Preisregulierungsverfahren.....	168
10.1	Die Rentabilitätsregulierung.....	168
10.2	Die Kostenzuschlagsregulierung.....	171
10.3	Kostenzuschlagsregulierung und Unterkapitalisierung.....	180
10.4	Preisregulierung durch Subventionen.....	182
10.5	Die Ausschreibung von Mehrproduktunternehmen.....	185

Innovationen, Produktqualität, Haftung und Standards

Kapitel 11

Anreize zu Innovationen	188
11.1 Drei Stufen des Innovationsprozesses.....	188
11.2 Produkt- und Prozeßinnovationen.....	188
11.3 Marktmacht und Innovationen.....	189
11.4 Der Wert einer Innovation.....	190
11.5 Innovationsanreize im Monopol.....	192
11.6 Anreize zur Einführung von Innovationen in vollkommenen Wettbewerbsmärkten.....	194
11.7 Anreiz zur Erhaltung eines Monopols.....	196
11.8 Patentwettbewerb.....	199
11.9 Wohlfahrtsanalyse des Patentschutzes.....	200
11.10 Spekulation und Innovation.....	201
11.11 Der empirische Zusammenhang zwischen Marktstruktur und Innovationstätigkeit.....	202
Appendix zu Kapitel 11	205

Kapitel 12

Produktqualität	206
12.1 Die Unmöglichkeit informationseffizienter Märkte.....	206
12.2 Qualität und Information.....	207
12.3 Ökonomische Analyse von Garantieleistungen.....	208
12.4 Moralisches Risiko und der Markt für "Zitronen".....	211
12.5 Qualitätsprämie und die Externalität zwischen informierten und uninformierten Konsumenten.....	212
12.6 Reputation und Wiederholungskäufe.....	214
12.7 Staatliche Qualitätsregulierung.....	215

Kapitel 13

Risikoexternalitäten und ihre Internalisierung durch Haftung	217
13.1 Einseitig verursachte Schäden.....	217

13.2	Zweiseitig verursachte Schäden.....	221
13.3	Meidung von risikoreichen Aktivitäten.....	223
13.4	Neue Aktivitäten und die Verursachung von Sorgfaltsaufwendungen.....	224
13.5	Die Verwendung von Pestiziden beim Ackerbau.....	229
13.6	Risiko und Haftung im Straßenverkehr.....	231
13.7	Der angemessene Schadensausgleich und Versicherung durch Haftung.....	234
13.8	Unersetzbare Schäden.....	236

Kapitel 14

Produktqualität und Produktsicherheitsregulierung

	durch Gerichte.....	239
14.1	Caveat Emptor versus Caveat Fabricator.....	239
14.2	Wohlinformierte risikoneutrale Konsumenten bei Caveat Emptor.....	240
14.3	Caveat Fabricator.....	240
14.4	Mitverschulden der Konsumenten.....	243
14.5	Die Überlegenheit der Gefährdungshaftung bei Risikofehl Wahrnehmung auf der Konsumentenseite.....	245
14.6	Risikofehl Wahrnehmung auf der Produzentenseite.....	245
14.7	Produkt Risiken treffen Dritte.....	246
14.8	Produkthaftung und Versicherung.....	247
14.9	Die Versicherbarkeit von Produkt Risiken.....	248
14.10	Vorschlag eines optimalen Produkthaftungsrechts.....	250
14.10.1	Der informationelle Fehlerbegriff.....	250
14.10.2	Produkt Risiken gegenüber Dritten und Umweltrisiken.....	253
14.10.3	Der gewerbliche Ge- und Verbrauch.....	254
14.10.4	Entwicklungsrisiken.....	254

Kapitel 15

	Produkthaftungsrecht, Standards und Normen.....	257
15.1	Einführung.....	257
15.2	Das Produkthaftungsrecht der Bundesrepublik Deutschland.....	257
15.3	Einheitliche oder individuelle Standards.....	260

15.4	Herstellergarantie.....	261
15.5	Staatlich festgelegte Standards.....	262
15.6	Standards und Netzwerke.....	266
15.6.1	Kompatibilitätsvorteile.....	266
15.6.2	Externe Effekte bei Kompatibilitäts- und Netzwerkvorteilen.....	267
15.6.3	Exzessive Trägheit.....	268
15.6.4	Exzessiver Wechsel.....	270