

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' Markt	10
4.	Zur Dynamik der Marktformen	13
5.	Die Nachfragefunktion	15

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	24
1.2.3	Faktorallokation im Monopol	26
1.3	Monopole in dynamischer Sicht	34
1.3.1	Das Monopol in der Expansionsphase	35
1.3.2	Monopole in späteren Marktphasen	35
1.4	Das natürliche Monopol	37
1.5	Monopolistische Preisdifferenzierung	40
1.5.1	Preisdifferenzierung ersten Grades	42
1.5.2	Preisdifferenzierung zweiten Grades	44
1.5.3	Preisdifferenzierung dritten Grades	45
	Anhang zu Kapitel II.1	
A.1.1	Verluste im Monopol (L)	49
A.1.2	Konsumenten- und Produzentenrente (L)	50
A.1.3	Preisdifferenzierung im natürlichen Monopol: von der second-best zur first-best Lösung	52
A.1.4	Wohlfahrtsverluste durch Preisdifferenzierung dritten Grades	53
2.	Teilmonopol	55
2.1	Grundlagen	55
2.2	Preissetzung bei kurzfristiger Gewinnmaximierung	56
	Anhang zu Kapitel II.2. Der Niedergang der dominierenden Firma	60

3.	Monopson	61
	3.1 Grundlagen	61
	3.2 Der Monopsonpreis	65
	3.3 Weitere Parallelen zum Monopol	67
	Anhang zu Kapitel II.3	
	A.3.1 Ein numerisches Beispiel (L)	70
	A.3.2 Doppelte Ausbeutung auf dem Faktormarkt	71
4.	Das bilaterale Monopol	73
	4.1 Grundlagen	73
	4.2 Der Verhandlungsspielraum	74
	4.3 Eine spieltheoretische Lösung	81
	Anhang zu Kapitel II.4	
	A.4.1 Begriffe für die verwendeten Funktionen aus Anbieter- und Nachfragersicht (L)	84
	A.4.2 Zahlenbeispiel für das bilaterale Monopol (L)	84
	A.4.3 Das bilaterale Monopol mit Isogewinnkurven	87
III.	MONOPOLISTISCHE KONKURRENZ	
1.	Zur Struktur des Marktes	91
2.	Das Modell Chamberlins	93
	2.1 Zugrundeliegende Annahmen	93
	2.2 Grafische Darstellung	94
	2.3 Kritik	98
	Anhang zu Kapitel III.2	
	A.2.1 Allgemeine analytische Herleitung der Gewinn- maximierung im Chamberlin-Modell	100
	A.2.2 Zahlenbeispiel zum Chamberlin-Modell (L)	103
3.	Das Modell Gutenbergs	105
	3.1 Preislage und akquisitorisches Potential	105
	3.2 Die doppelt geknickte Preis-Absatzfunktion	107
	3.3 Die Preissetzung des einzelnen Anbieters	109
	3.4 Vorzüge und Schwächen der Lösung Gutenbergs	113
	Anhang zu Kapitel III.3	
	A.3.1 Eine allgemeine Formulierung der Preis-Absatz- funktion beim Gutenberg-Modell der monopo- listischen Konkurrenz	117
	A.3.2 Zahlenbeispiel zur Ermittlung des absoluten Gewinnmaximums bei der doppelt-geknickten Preis-Absatzfunktion (L)	119
	A.3.3 Vergleich mit dem Chamberlin-Modell	121
4.	Neuere Ansätze	122

IV. OLIGOPOLISTISCHE MÄRKTE

1.	Grundlagen	125
2.	Das Oligopol auf dem vollkommenen Markt	128
2.1	Mengenstrategie: Die Cournot-Lösung	128
2.1.1	Eine einfache statische Version	129
2.1.2	Dynamisches Cournot-Dyopol	131
2.1.3	Eine allgemeine Lösung des Cournot-Oligopols	134
2.1.4	Wohlfahrtstheoretische Schlußfolgerungen	136
2.2	Weitere Lösungen bei Mengenstrategie	137
2.3	Vergleich der Lösungen bei Mengenstrategie	140
2.4	Preisstrategie: Die Bertrand-Lösung	142
	Anhang zu Kapitel IV.2	
A.2.1	Zum Zusammenhang zwischen Konzentration und Marktergebnis beim homogenen Mengenoigopol	144
A.2.2	Homogenes Preisoligopol mit Kapazitätsbeschränkung: Instabilität	146
3.	Oligopole auf dem unvollkommenen Markt	147
3.1	Grundlagen	147
3.2	Lineare Nachfragefunktionen beim heterogenen Dyopol	150
3.3	Lösungen mit Bertrand- und Stackelbergverhalten	154
3.4	Das Modell der geknickten Nachfragefunktion	158
3.4.1	Die Ausgangslage	158
3.4.2	Kosten- und Nachfrageänderungen	161
3.4.3	Kritik am Modell der geknickten Nachfragefunktion	163
3.5	Das heterogene Oligopol bei Gutenberg	166
3.5.1	Die partielle Interdependenz	166
3.5.2	Anpassung an Datenänderungen	171
3.5.3	Schlußfolgerungen	175
	Anhang zu Kapitel IV.3	
A.3.1	Eine Gegenüberstellung der hier verwendeten Nachfragefunktionen mit den herkömmlichen	177
A.3.2	Das Modell der geknickten Nachfragekurve mit Kostenerhöhung bei einem Anbieter	177
A.3.3	Nachfrageverschiebungen im Gutenberg-Dyopol	179
A.3.4	Der Anpassungsprozeß bei einer kostenbedingten Preissenkung unter den unteren Grenzpreis	180
4.	Kooperatives Verhalten im Oligopol	183
4.1	Übersicht	183
4.2	Preisführerschaft	185
4.2.1	Preisführerschaft durch das kostengünstigere Unternehmen	187
4.2.2	Barometrische Preisführerschaft	189
4.2.3	Wohlfahrtstheoretische Überlegungen	190

4.3	Kartelle	191
4.3.1	Preiskartell bei unterschiedlichen Kosten der Anbieter	192
4.3.2	Die vorteilhafte Außenseiterposition	195
4.3.3	Kartell(in)stabilität	199
	Anhang zu Kapitel IV.4	
	Zahlenbeispiel zu einem Kartell mit unterschiedlichen Kosten der Anbieter (L)	200
5.	Strategien zur Verhinderung weiterer Eintritte	202
5.1	Der Limit-Preis	202
5.2	Überblick über weitere Maßnahmen	205
	Anhang zu Kapitel IV.5	
	Zur Berechnung des Limit-Preises	207
6.	Beiträge der Spieltheorie zu Oligopolproblemen	209
6.1	Einleitung	209
6.2	Einige Grundbegriffe	210
6.3	Einperiodige (statische) Spiele	217
6.4	Wiederholte Spiele	217
6.4.1	Endlich wiederholte Spiele	218
6.4.2	Unendlich wiederholte Spiele	220
6.4.3	Zur Rolle der Information bei wiederholten Spielen	224
6.5	Zweistufige Spiele	226
6.6	"Explaining everything, explaining nothing?"	229
	Literaturverzeichnis	230
	Sachverzeichnis	236