

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort	5
Vorwort	6
Einleitung	9
<u>Erstes Kapitel</u>	
Der Begriff des Marktes	11
<u>Zweites Kapitel</u>	
Die Elemente des Marktes der Unternehmung	22
A. Die einzelnen Märkte der Unternehmung	22
B. Die Untermärkte des Beschaffungsmarktes und des Absatzmarktes	23
C. Die Untermärkte des Warenabsatzmarktes	24
D. Die Faktoren (der Untermärkte) des Warenabsatzmarktes	27
<u>Drittes Kapitel</u>	
Die differenzierende Betrachtungsweise in der Markttheorie	31
A. Die Theorie der Marktformen in der Volkswirtschaftslehre	31
B. Die Theorie der Marktformen in der Betriebswirtschaftslehre	35
C. Zusammenfassende Stellungnahme zur Theorie der Marktformen	41
<u>Viertes Kapitel</u>	
Formen des Warenabsatzmarktes der industriellen Unternehmung	44
A. Allgemeine Bemerkungen zur klassifizierenden Betrachtungsweise	44
B. Klassifizierung der Warenabsatzmärkte nach Merkmalen des anbietenden Unternehmens	50
1. nach dem Umfang des Produktions- und Absatzprogramms	51
2. nach der Zusammensetzung des Produktions- und Absatzprogramms	56
3. nach Eigenschaften der angebotenen Produkte	58
4. nach Besonderheiten des Produktionsprozesses	70
5. nach dem Produktionsvolumen bzw. nach der Größe des anbietenden Unternehmens	73
C. Klassifizierung der Warenabsatzmärkte nach Merkmalen der Nachfrageseite	75
1. nach der Zahl der Nachfrager	75
2. nach der Zusammensetzung des Kreises der Nachfrager	78

3. nach der Eigenart der einzelnen Nachfrager	80
4. nach dem Nachfragevolumen	82
5. nach dem Verhalten der Nachfrage im Zeitablauf	83
6. nach der räumlichen Verteilung der Nachfrage	84
7. nach Besonderheiten des Bedarfs	85
D. Klassifizierung der Warenabsatzmärkte	
nach Merkmalen der Konkurrenzseite	88

Fünftes Kapitel

<u>Typen des Warenabsatzmarktes der industriellen Unternehmung</u>	91
--	----

A. Allgemeine Bemerkungen zur typologisierenden Betrachtungsweise	91
B. Typologisierung der Warenabsatzmärkte ausgehend von einzelnen Merkmalen	95
1. vom Umfang des Produktions- und Absatzprogramms	95
2. von der Zahl der Bedarfsträger	97
3. von der Art der Bedarfsträger	102
4. vom Nachfragevolumen	108
5. vom Verhalten der Nachfrage im Zeitablauf	113
C. Typologisierung der Warenabsatzmärkte ausgehend von einzelnen Unternehmungen	119
1. vom Kohlenbergwerk	119
2. vom Molkereibetrieb	127
3. von der Schuhfabrik	131
4. vom Kraftfahrzeug-Zulieferbetrieb	135

<u>Zusammenfassung</u>	141
----------------------------------	-----

Abkürzungen	145
-----------------------	-----

Anmerkungen	146
-----------------------	-----

Literatur	161
---------------------	-----

Besuchte Unternehmungen	170
-----------------------------------	-----