

Inhalt

Einleitung	1
1 Grundlagen der Theorie des Mehrproduktenmonopols	12
1.1 Das Grundmodell	12
1.2 Existenz und Eindeutigkeit des Optimums	13
1.3 Nicht zunehmender Bündelgrenzertrag und Kostenkonvexität	19
1.4 Überwiegen der unmittelbaren Preiswirkungen und eindeutige Umkehrbarkeit des Nachfragezusammenhangs	23
1.5 Umsatzkonvexität	30
1.6 Konvexität des Mengenbereichs	32
2 Substitutionalität und Komplementarität	34
2.1 Direkte Substitutionalität und Komplementarität der Nachfrage	34
2.2 Inverse Substitutionalität und Komplementarität der Nachfrage	37
2.3 Substitutionalität und Komplementarität der Kostenverbundenheit	40
3 Die Marginalbedingungen	43
3.1 Die Marginalbedingungen zweiter Ordnung	43
3.2 Das Problem des Randoptimums	45
3.3 Die Marginalbedingungen erster Ordnung	46
3.4 Folgerungen aus den Marginalbedingungen erster Ordnung	49
3.5 Zwei Zahlenbeispiele	52
4 Das linear-quadratische Modell	59
4.1 Die Taylor-Interpretation des Modells	59
4.2 Formulierung und analytische Behandlung	60
4.3 Graphische Darstellung des 2-Güter-Falls	63
5 Das Edgeworth-Paradox	71
5.1 Der 2-Güter-Fall — notwendige Bedingungen	72
5.2 Der 2-Güter-Fall — eine notwendige und hinreichende Bedingung	75
5.3 Der n -Güter-Fall	82
6 Vereinfachende Annahmen über die Kostenfunktion und den Nachfragezusammenhang	86
6.1 Die einfache Kostenverbundenheit	86
6.2 Die einfache Nachfrageverbundenheit	91
6.3 Bestimmung des Optimums im linear-quadratischen Modell bei einfacher Kostenverbundenheit und einfacher Nachfrageverbundenheit	96
6.4 Eigenschaften des Optimums im linear-quadratischen Modell bei einfacher Kostenverbundenheit und einfacher Nachfrageverbundenheit	102
7 Aggregationstheorie des linear-quadratischen Modells	111
7.1 Die Aggregierbarkeitsvoraussetzungen	114
7.2 Inversion des Nachfragezusammenhangs und Untersuchung der Marginalbedingungen erster Ordnung	117

7.3 Vergleich mit dem linear-quadratischen Modell bei einfacher Kostenverbundenheit und einfacher Nachfrageverbundenheit	122
8 Grundlagen einer nichtkooperativen Theorie gleichmäßiger Mehrproduktenoligopole	126
8.1 Über die Behandlung statischer Oligopolmodelle mit den Mitteln der nichtkooperativen Spieltheorie	126
8.2 Der Begriff des Gleichgewichtspunktes in reinen Strategien und seine Anwendung auf statische Oligopolmodelle	130
8.3 Die Klasse der gleichmäßigen und eingipfligen Kontinuumsspiele	132
8.4 Die Stetigkeit der besten Antwort	137
8.5 Kardinale Messung der Aggressivität von Strategien	142
9 Ausbau der nichtkooperativen Theorie gleichmäßiger Mehrproduktenoligopole	149
9.1 Die Existenz von Gleichgewichtspunkten in reinen Strategien	149
9.2 Die Klasse der strategisch aggregierbaren Spiele	150
9.3 Die Existenz eines besten Gleichgewichtspunktes	156
9.4 Das Cournotsche Mengenmodell als Beispiel eines strategisch aggregierbaren Oligopolmodells	160
10 Anwendung der nichtkooperativen Theorie gleichmäßiger Mehrproduktenoligopole auf ein spezielles Mehrproduktenmodell	164
10.1 Das Modell	164
10.2 Das reduzierte Modell	167
10.3 Die Eingipfligkeit des reduzierten Modells	171
10.4 Die Marginalbedingungen erster Ordnung	174
10.5 Die strategische Aggregierbarkeit des reduzierten Modells	179
10.6 Eigenschaften des Gleichgewichtspunktes	182
Literaturverzeichnis	189