

INHALTSVERZEICHNIS

Erstes Kapitel

Einführung	1
----------------------	---

Zweites Kapitel

Die theoretische Ausgangslage	6
I. Der Unternehmer	6
II. Der Markt	14

Drittes Kapitel

Die Entwicklungsphasen des Marktes	25
I. Die Experimentierungsphase	25
1. Die Experimentierungsphase im allgemeinen	25
2. Die Nachfragekreierung in der Experimentierungsphase	30
Anhang 1	
Die Nachfragekreierung	39
II. Die Expansionsphase	41
1. Die Expansionsphase im allgemeinen	41
2. Die Investitionspolitik in der Expansionsphase	46
3. Die Preispolitik in der Expansionsphase	53
Anhang 2	
a) Die Abnahme des Investitionsrisikos bei zunehmender Zahl der Konkurrenten	61
b) Die Nachfragefunktion mit konstantem Grenzerlös	62
III. Die Ausreifungsphase	62
1. Die Ausreifungsphase im allgemeinen	62
2. Die Produktdifferenzierung	67
Anhang 3	
a) Die Produktdifferenzierung	76
b) Die Preisbildung auf dem Markt mit heterogenen Gütern	81
c) Die laufende Preisanpassung bei expandierender Nachfrage des Konkurrenzproduktes	83

IV. Die Stagnations- und die Rückbildungsphase	85
1. Die Stagnations- und die Rückbildungsphase im allgemeinen	85
2. Erfahrung und Verhaltensweise	90
Anhang 4	
a) Verhaltensweise und Preisbildung	96
b) Die nachfragebedingte Preiserhöhung in der Stagnationsphase	102

Viertes Kapitel

Marktprozeß und Unternehmertypus	105
I. Der Wandel des Unternehmertypus im Laufe der Marktentwicklung	105
II. Die Beziehungen der Unternehmertypen untereinander	109
1. Die Beziehungen der Pionierunternehmer unter sich	110
2. Die Beziehungen zwischen kreativen und imitierenden Unternehmern	113
3. Die Beziehungen zwischen kreativen und konservativen Unternehmern	117
4. Die Beziehungen zwischen imitierenden und konservativen Unternehmern	120
5. Die Beziehungen der konservativen Unternehmer unter sich	129
6. Zusammenfassung	133
Anhang 5	
a) Der Wandel der Unternehmertypen	135
b) Die Verkürzung der Expansionsphase durch Eintritt imitierender Unternehmer in den Markt	136
c) Der Eintritt imitierender Unternehmer in einen Markt mit konservativen Unternehmern	138
d) Die Preishöhe der Produktdifferenzierung bei polypolistischer Verhaltensweise	143

Fünftes Kapitel

Die Gleich- und die Verschiedenartigkeit	145
I. Die Nachfrage	146
1. Die Gleich- und die Verschiedenartigkeit der Nachfrage bei zwei Produkten	146
2. Die Gleich- und die Verschiedenartigkeit der Nachfrage bei mehr als zwei Produkten	155
Anhang 6	
a) Das Preisabhängigkeitsverhältnis von Konkurrenz- und Originärnachfrage	165
b) Die beschränkte bilaterale Kreuzpreisabhängigkeit bei Verschiedenartigkeit der beiden Produktnachfragen	165
c) Die Preisidentität beim einfachen und verbundenen Monopol	170
d) Die konkurrenzneutrale Preisrelation	170
e) Die Nachfragebedingungen für die Gleichheit von Monopol- und Oligopolpreisen	171

f) Die Preis- und Kreuzpreisabhängigkeit bei mehr als zwei Produkten	173
g) Der Übergang vom Zwei- zum Dreiproduktenmarkt	174
h) Die Preisführerschaft nach Forchheimer und die Politik der Preisunabhängigkeit	175
i) Die Politik des völligen Ignorierens	177
II. Die Kosten	179
1. Die Kosten der Einproduktunternehmung	179
2. Die Kosten der Mehrproduktenunternehmung	191
Anhang 7	
a) Die Produktionskostenfunktion bei konstanten Grenzkosten	203
b) Der konzentrationsbedingte Preiserhöhungs- und Preissenkungseffekt	204
c) Die Kuppelproduktion	205
d) Die Alternativproduktion	208
e) Die Preisbildung bei Vollkostenkalkulation	210

Sechstes Kapitel

Die Zeit	212
I. Die Zeit als Iteration	213
II. Die Zeit als Mutation	231
Anhang 8	
a) Die Streuung des Marktanteils auf einem homogenen Markt	252
b) Die Streuung bei einem Spiel mit gemischten Strategien	253
c) Die Zeitdauer für die Durchkartellierung von Märkten	255
d) Das Ausmaß der Kartellierung bei kartellaufhebenden Mutationen	257
e) Die Phasen der Marktkartellierung	258
f) Der Mutationsverlust bei Kartellen	259

Siebentes Kapitel

Der wirtschaftspolitische Standort	262
Autorenregister	269
Sachregister	271