

## Inhaltsverzeichnis

<i>Vorwort</i> .....	5
<i>1. Das absatzpolitische Entscheidungsproblem der Unternehmung: Vorbereitende Bemerkungen</i> .....	15
1.1. Die Fragestellung und die wichtigsten Annahmen.....	15
1.2. Zur Definition des Monopols .....	22
1.3. Die absatzpolitischen Wahlmöglichkeiten .....	28
<i>2. Die Daten der Absatzpolitik der Unternehmung</i> .....	33
2.1. Die Verhaltensweise der übrigen Lieferanten .....	33
2.2. Die Kostenfunktion eines Händlers .....	36
2.2.1. Die Produktionsfunktion eines Händlers .....	36
2.2.2. Die Kostenfunktion eines Händlers und ihre Eigenschaften ...	45
2.3. Die Kostenfunktion der Unternehmung oder eines Lieferanten der Händler .....	56
2.4. Die Absatz- und Erlösfunktionen auf den Verbrauchermärkten .....	59
2.4.1. Die Eigenschaften der Absatzfunktionen und Gesamterlös- funktion eines Verbrauchermarktes .....	62
2.4.2. Zur Frage der Umkehrbarkeit der Absatzfunktionen .....	73
2.4.3. Das optimale Werbebudget bei Mengenpolitik .....	81
2.4.4. Das optimale Werbebudget bei Preispolitik .....	92
<i>3. Die Händler setzen alle Verkaufspreise fest</i> .....	103
3.1. Die Angebots- und Nachfragefunktionen eines Händlers .....	103
3.2. Zum Aggregationsproblem der Nachfragefunktionen .....	113
3.3. Das Gleichgewicht der Konkurrenten bei asymmetrischer Verhaltensweise .....	117
3.4. Das Gleichgewicht der Unternehmung .....	128

<i>4. Die Unternehmung schreibt für ihre Produkte den Händlern die Verkaufspreise vor</i>	139
4.1. Mögliche Auswirkungen der Preisbindung auf die Technologie der Händler und der Unternehmung .....	139
4.2. Das Gleichgewicht eines Händlers und die Nachfragefunktionen für nicht preisgebundene Produkte .....	141
4.3. Die Reaktionen der Konkurrenten .....	144
4.4. Das Gleichgewicht der Unternehmung .....	145
<i>5. Die Unternehmung setzt die Produkte direkt ab</i> .....	163
5.1. Das Gleichgewicht eines Händlers und seine Nachfragefunktionen ...	163
5.2. Das Gleichgewicht der Lieferanten .....	164
5.3. Das Gleichgewicht der Unternehmung .....	165
<i>6. Vergleich der verschiedenen Gleichgewichtspositionen</i> .....	173
6.1. Freie Preisbildung und Preisbindung .....	173
6.2. Freie Preisbildung und Direktabsatz .....	183
6.3. Preisbindung und Direktabsatz .....	187
<i>Anhang: Einige Sätze über Kofaktoren</i> .....	195
<i>Symbolverzeichnis</i> .....	203
<i>Literaturverzeichnis</i> .....	205
<i>Namenverzeichnis</i> .....	217