

Springer-Lehrbuch



Susanne Wied-Nebbeling

Markt- und Preistheorie

Mit 65 Abbildungen

Springer-Verlag
Berlin Heidelberg GmbH

Professor Dr. Susanne Wied-Nebbeling
Staatswissenschaftliches Seminar der
Universität zu Köln
Albertus-Magnus-Platz
W-5000 Köln 41

ISBN 978-3-540-56472-0 ISBN 978-3-662-08504-2 (eBook)
DOI 10.1007/978-3-662-08504-2

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdruckes, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendungen, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland vom 9. September 1965 in der Fassung vom 24. Juni 1985 zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtsgesetzes.

© Springer-Verlag Berlin Heidelberg 1993

Ursprünglich erschienen bei Springer-Verlag Berlin Heidelberg New York Tokyo 1993

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, daß solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

VORWORT

Die Markt- und Preistheorie gehört an vielen Universitäten zum Standardlehrstoff für Studierende der Wirtschaftswissenschaften im Hauptstudium. Für diesen Leserkreis habe ich das vorliegende Lehrbuch geschrieben. Der Schwerpunkt liegt auf denjenigen Marktstrukturen, die üblicherweise im Grundstudium nur gestreift werden; demgemäß wird auf eine Darstellung der vollständigen Konkurrenz verzichtet. Im Mittelpunkt stehen Modelle der Preisbildung bei Monopol, Monopson, bilateralem Monopol, monopolistischer Konkurrenz und Oligopol. Ziel ist es, mögliche Zusammenhänge zwischen Marktstruktur, Marktverhalten und Marktergebnis aufzuzeigen, die empirische Relevanz der hergeleiteten Modelle kritisch zu hinterfragen und dynamische Aspekte (trotz der weitgehend statischen oder komparativ-statischen Analyse) anzusprechen. Dabei werden die neueren Ergebnisse der industrieökonomischen Forschung einschließlich spieltheoretischer Beiträge einbezogen. Der Umfang des Lehrbuchs entspricht einer zwei- bis vierstündigen Vorlesung.

Studierenden, die sich einen schnellen Überblick über die Markt- und Preistheorie verschaffen wollen, empfehle ich, alle eingerückten, kleiner gedruckten Absätze und die Anhänge (zunächst) wegzulassen. Die Ausführungen in den eingerückten Absätzen dienen häufig dazu, den Lehrstoff anschaulicher darzustellen oder auch kritisch zu beleuchten. Die Anhänge sollen den Lehrstoff vertiefen. Dabei kann 'Vertiefung' zweierlei bedeuten: Zahlenbeispiele zum besseren Verständnis oder weiterführende Betrachtungen für den interessierten Leser. Anhänge, die das Lernen erleichtern sollen, sind mit einem (L) gekennzeichnet.

In dem vorliegenden Lehrbuch finden Sie zahlreiche Literaturhinweise. Zum überwiegenden Teil dienen diese Hinweise dazu, auf wichtige Beiträge aufmerksam zu machen, falls Sie sich näher mit einem bestimmten Thema befassen wollen. Manche der überwiegend in englisch geschriebenen Aufsätze sind ausgesprochen schwierig zu lesen und zu verstehen. Die Lektüre dieser Beiträge ist keinesfalls eine Voraussetzung dafür, sich den Lehrbuchstoff zu erarbeiten.

Die ökonomische Theorie kommt ohne eine formale Analyse nicht aus, weil jene für eine gewisse Exaktheit bürgt. Der mathematische Aufwand, mit dem Sie in diesem Buch konfrontiert werden, hält sich jedoch in Grenzen; im wesentlichen benötigen Sie Kenntnisse in der Differentialrechnung. Um Ihnen das Nachvollziehen mathematischer Herleitungen so leicht wie möglich zu machen, werden auch rechnerische Zwischenschritte präsentiert, die manchem vielleicht unnötig erscheinen. Jedenfalls erleichtern solche Zwischenschritte die Lektüre; sie sind Teil meines Bemühens, ein verständliches Lehrbuch zu schreiben.

Dabei fand ich tatkräftige Unterstützung. Meiner Kollegin Eva Bössmann danke ich zahlreiche wertvolle Kommentare und Verbesserungsvorschläge. Sie hat es ebenso auf sich genommen, das gesamte Manuskript in einer früheren Fassung durchzuarbeiten, wie meine beiden Mitarbeiter Hans Hirth und Andrea Zeijl. Vor allem Hans Hirth bin für seine Assistenz im besten Sinne des Wortes zu großem Dank verpflichtet. Für alle Irrtümer und mißverständlichen Formulierungen trage ich selbstverständlich allein die Verantwortung.

Köln, im Dezember 1992

Susanne Wied-Nebbeling

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 Gewinnmaximierung 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-Absatzfunktion beim Gutenberg-Modell der monopolistischen 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 Mengenoligopol	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	235