

<b>Inhaltsverzeichnis</b>	
<b>PROLOG</b>	<b>1</b>
<b><u>1 DIE STRATEGIE DIESES BUCHES</u></b>	<b><u>3</u></b>
<b>1.1 THEORIE UND POLITIK</b>	<b>3</b>
<b>1.2 DIE GRUNDPOSITION</b>	<b>7</b>
<b>1.3 DAS WEITERE PROGRAMM: EIN ÜBERBLICK</b>	<b>25</b>
<b>KONTROLLFRAGEN</b>	<b>28</b>
<b><u>2 METHODISCHE GRUNDLAGEN</u></b>	<b><u>29</u></b>
<b>2.1 WAHRHEIT, WERTURTEIL UND KRITISCHER RATIONALISMUS</b>	<b>29</b>
<b>2.2 WIRTSCHAFTSTHEORIE VERSUS -POLITIK</b>	<b>36</b>
2.2.1 METHODE UND ZIELE REINER THEORIE	36
2.2.2 MODELLTHEORIE	38
2.2.3 „REINE“ UND „ANGEWANDTE“ THEORIE	55
2.2.4 EXPERIMENTELLE METHODIK	57
<b>KONTROLLFRAGEN</b>	<b>67</b>
<b>LITERATUR ZU KAPITEL 1 UND 2</b>	<b>69</b>
<b><u>3 WOHLFAHRTSTHEORETISCHE GRUNDLAGEN</u></b>	<b><u>73</u></b>
<b>3.1 ÜBERBLICK</b>	<b>73</b>
<b>3.2 DIE BEWERTUNG SOZIALER ZUSTÄNDE</b>	<b>74</b>
<b>3.3 ZUR CHARAKTERISIERUNG VON EFFIZIENZ</b>	<b>92</b>
3.3.1 EFFIZIENTE PRODUKTION UND KONSUM PRIVATER UND ÖFFENTLICHER GÜTER	93
3.3.2 PRIVATE GÜTER: MÄRKTE UND PREISE	97
<b>KONTROLLFRAGEN</b>	<b>113</b>
<b>LITERATUR ZU KAPITEL 3</b>	<b>113</b>

## **4 MARKTVERSAGEN UND GEFANGENEN-DILEMMA** **115**

<b>4.1 DILEMMATA</b>	<b>115</b>
<b>4.2 ÖFFENTLICHE GÜTER UND EXTERNE EFFEKTE</b>	<b>127</b>
<b>4.3 ASYMMETRISCHE INFORMATION UND NATÜRLICHE MONOPOLE</b>	<b>145</b>
4.3.1 ASYMMETRISCHE INFORMATION	145
4.3.2 NATÜRLICHE MONOPOLE	149
<b>KONTROLLFRAGEN</b>	<b>152</b>
<b>LITERATUR ZU KAPITEL 4</b>	<b>153</b>

## **5 KOLLEKTIVE ENTSCHEIDUNGEN** **155**

<b>5.1 EINSTIMMIGKEITSREGEL UND PARETO-EFFIZIENZ</b>	<b>157</b>
<b>5.2 MEHRHEITSREGELN</b>	<b>166</b>
<b>5.3 ZYKLISCHE MEHRHEITEN: DAS CONDORCET-PARADOXON</b>	<b>171</b>
<b>5.4 EIN GANZER ZOO VON WAHLVERFAHREN</b>	<b>181</b>
<b>5.5 DER AXIOMATISCHE ZUGANG: DAS ARROW-PARADOXON</b>	<b>194</b>
5.5.1 DAS THEOREM	194
5.5.2 DER WOHLWOLLENDE DIKTATOR	200
5.5.3 ALTERNATIVEN ZUR DIKTATUR	205
<b>5.6 EINGIPFELIGE PRÄFERENZEN: DAS MEDIANERGEBNIS IM     EINDIMENSIONALEN FALL</b>	<b>212</b>
<b>5.7 DER MEHRDIMENSIONALE FALL</b>	<b>217</b>
<b>KONTROLLFRAGEN</b>	<b>223</b>
<b>LITERATUR ZU KAPITEL 5</b>	<b>224</b>

## **6 MARKT UND WETTBEWERB** **227**

<b>6.1 DIE EFFIZIENZEIGENSCHAFTEN VON WETTBEWERBSMÄRKTEN</b>	<b>228</b>
<b>6.2 EIGENTUMSRECHTE</b>	<b>238</b>
<b>6.3 MARKTMACHT</b>	<b>253</b>

6.3.1 MONOPOLPREISBILDUNG	254
6.3.2 KOSTENINEFFIZIENZ UND RENT-SEEKING	258
6.3.3 TECHNISCHER FORTSCHRITT UND PATENTWETTLAUF	263
<b>6.4 WETTBEWERBSPOLITIK</b>	<b>271</b>
6.4.1 LEITLINIEN	271
6.4.2 DAS GESETZ GEGEN WETTBEWERBSBESCHRÄNKUNGEN (GWB)	275
<b>6.5 ADMINISTRIERTE MÄRKTE</b>	<b>282</b>
6.5.1 VERTEILUNG UND MERITORIK	282
6.5.2 MINDEST- UND HÖCHSTPREISE	285
<b>KONTROLLFRAGEN</b>	<b>306</b>
<b>LITERATUR ZU KAPITEL 6</b>	<b>307</b>
<b><u>7 DIE REGULIERUNG NATÜRLICHER MONOPOLE</u></b>	<b><u>311</u></b>
<b>7.1 DAS 1x1 DER INDUSTRIEÖKONOMIK</b>	<b>311</b>
7.1.1 BERTRAND-MODELL	312
7.1.2 COURNOT-MODELL	314
7.1.3 STACKELBERG	318
<b>7.2 DAS NATÜRLICHE MONOPOL</b>	<b>322</b>
7.2.1 DIE „KLASSISCHE“ SICHT: FALLENDE DURCHSCHNITTSKOSTEN	322
7.2.2 SUBADDITIVE KOSTENSTRUKTUR	325
7.2.3 WETTBEWERB UM DEN MARKT 1: DEMSETZ-WETTBEWERB	332
7.2.4 WETTBEWERB UM DEN MARKT 2: DIE THEORIE BESTREITBARER MÄRKTE	333
7.2.5 DIE ANNAHMEN DER THEORIE BESTREITBARER MÄRKTE	337
7.2.6 MONOPOLISTISCHE KONKURRENZ	343
7.2.7 SCHLUSSFOLGERUNGEN FÜR DEN REGULIERUNGSBEDARF	346
<b>7.3 REGULIERUNGSSTRATEGIEN</b>	<b>347</b>
7.3.1 PREISDISKRIMINIERUNG	348
<b>7.4 REGULIERUNGSPRAXIS BEI UNVOLLSTÄNDIGER INFORMATION</b>	<b>351</b>
7.4.1 PREISREGULIERUNG	352

7.4.2 ALTERNATIVE REGULIERUNGSVERFAHREN	354
7.4.3 REGULIERUNG DURCH MONOPOLGARANTIE	360
7.4.4 DEREGULIERUNG	363
<b>KONTROLLFRAGEN</b>	<b>367</b>
<b>LITERATUR ZU KAPITEL 7</b>	<b>368</b>
<b>8 EXTERNE EFFEKTE, CLUBGÜTER UND DAS ALLMENDE- PROBLEM</b>	<b>371</b>
<hr/>	
<b>8.1 EXTERNE EFFEKTE</b>	<b>372</b>
8.1.1 EFFIZIENZSCHÄDIGENDE EIGENSCHAFTEN EXTERNER EFFEKTE	372
8.1.2 DAS COASE-THEOREM	376
<b>8.2 CLUBGÜTER UND ALLMENDE</b>	<b>381</b>
8.2.1 DIE AUTOBAHN ALS BEISPIEL FÜR EIN CLUBGUT	381
8.2.2 DAS ALLMENDEPROBLEM	387
<b>KONTROLLFRAGEN</b>	<b>398</b>
<b>LITERATUR ZU KAPITEL 8</b>	<b>399</b>
<b>9 DELEGATIONSPROBLEME IN REPRÄSENTATIVEN DEMOKRATIEN</b>	<b>401</b>
<hr/>	
<b>9.1 DAS WAHLPARADOXON</b>	<b>402</b>
<b>9.2 PARTEIENVERHALTEN</b>	<b>414</b>
<b>9.3 INTERESSENGRUPPEN UND BÜROKRATIEN</b>	<b>419</b>
<b>LITERATUR ZU KAPITEL 9</b>	<b>426</b>
<b>LITERATURVERZEICHNIS</b>	<b>429</b>
<hr/>	
<b>STICHWORTVERZEICHNIS</b>	<b>440</b>