

Lampert, Heinz

Article

Preisführerschaft im Oligopol

Schmollers Jahrbuch für Gesetzgebung, Verwaltung und Volkswirtschaft

Provided in Cooperation with:

Duncker & Humblot, Berlin

Suggested Citation: Lampert, Heinz (1966) : Preisführerschaft im Oligopol, Schmollers Jahrbuch für Gesetzgebung, Verwaltung und Volkswirtschaft, ISSN 1619-6244, Duncker & Humblot, Berlin, Vol. 86, Iss. 6, pp. 711-714,
<https://doi.org/10.3790/schm.86.6.711>

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/291127>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.



<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Berichte

Preisführerschaft im Oligopol*

Das Hauptanliegen der rezensierten Arbeit „ist in dem Versuch zu sehen, gewisse empirische Erscheinungen oligopolistischer Preisbildung auf freien Märkten einer kapitalistischen Wirtschaftsordnung, die mit dem Ausdruck ‚Preisführerschaft‘ belegt werden, zu klassifizieren und zu analysieren. Dies soll unter rein theoretischem Aspekt geschehen, so daß wirtschafts- oder rechtspolitische Fragen aus dem Rahmen des zu Behandelnden ausgeschlossen werden können“ (S. 11).

Seitz bemüht sich mit Erfolg, die Lücke zu verringern, die unsere Kenntnisse über die Preisführerschaft noch immer aufweisen. Er gibt in seiner systematisch aufgebauten und übersichtlich gegliederten Arbeit im ersten Kapitel einen Überblick über traditionelle Oligopolösungen. Dabei wird besonders herausgestellt, daß im Oligopol zusätzlich zur Gewinnmaximierungshypothese eine Verhaltenshypothese eingeführt werden muß, um eine Gleichgewichtspreiskombination bestimmen zu können. Im zweiten Kapitel werden „Grundprobleme oligopolistischer Preisführerschaft“ behandelt, nämlich formale Aspekte der Preisführerschaft, das empirische Bild der Preisführerschaft in der nordamerikanischen Stahl-, Erdöl- und Zigarettenindustrie, die Arten der Preisführerschaft (organisierte und nicht organisierte, dominierende und barometrische, monopolistische und konkurrenzwirtschaftliche) und schließlich die Frage, ob die Preisführerschaft eine Folge der Konkurrenz oder der Kooperation ist.

Im Mittelpunkt des dritten Kapitels steht die Behandlung der Preisführerschaft auf dem vollkommenen Oligopolmarkt. Seitz stellt die von Kenneth E. *Boulding* und die vom Rezensenten im Zusammenhang mit einer kritischen Analyse der Bouldingschen Modelle weiterentwickelten Preisführerschaftsmodelle dar, versucht mit Erfolg sie zu verallgemeinern und kritisiert anschließend die ursprünglichen Modelle. Im vierten Kapitel über die Preisführerschaft auf dem

* Zu der Schrift von Tycho Seitz: Preisführerschaft im Oligopol. (Schriftenreihe Annales Universitatis Saraviensis.) Köln-Berlin-Bonn-München 1965, Carl Heymanns Verlag, 256 S.

unvollkommenen Oligopolmarkt wird das asymmetrische Dyopol von Heinrich *von Stackelberg* als Preisführerschaftsmodell interpretiert. Außerdem wird ein Modell von Ernst *Heuß* dargestellt. Beide Oligopolösungen werden verglichen, weitergeführt und kritisch durchleuchtet.

Das fünfte Kapitel enthält eine abschließende Diskussion, die zwar nicht zu neuen, aber zu einer Bestätigung und Präzisierung vorliegender Ergebnisse führt, von denen hier folgende hervorgehoben sein sollen: 1. Der Typ einer zustande gekommenen Preisführerschaft wird bestimmt durch das Ausmaß der Aktivität des Führers zusammen mit dem Grad an Passivität im Verhalten der Preisfolger (S. 213); 2. wenn die Preisführerschaft als ein Mittel interpretiert wird, das es den beteiligten Oligopolisten erlaubt, den wegen der oligopolistischen Zirkularität nicht eindeutig maximierbaren Gewinn durch gruppenkonformes Verhalten zu vergrößern, stellt sich die Preisführerschaft als eine Form oligopolistischer Kooperation dar (S. 214); 3. selbst bei außerordentlich restriktiven Modellannahmen kann eine oligopolistische Preisführerschaftsbeziehung niemals als notwendige, sondern immer nur als mögliche Form der Preisbildung auf Oligopolmärkten beschrieben werden (S. 215); 4. die Modellanalyse hat zur Lösung von Problemen, die das Zustandekommen, Bestehen und Funktionieren einer oligopolistischen Preisführerschaft betreffen, wie z. B. zur Beantwortung der Frage nach der Verteilung der Rollen auf dem Markt und den unterschiedlichen Ausprägungen einer Preisführerschaftsbeziehung, wenig beigetragen (S. 216).

In dieser scheinbar negativen letzten Feststellung liegt m. E. das für weitere Arbeiten wichtigste Ergebnis: Modelltheoretisch ist die Preisführerschaft so weit analysiert, daß sich weitere Erkenntnisse aller Wahrscheinlichkeit nach nur noch durch empirische, aber an theoretischen Konzepten orientierte Untersuchungen gewinnen lassen.

Die von Seitz für seine Arbeit herangezogene Literatur ist sehr umfangreich und erfaßt meines Wissens alle im Zusammenhang mit der Preisführerschaft wesentlichen Arbeiten. Die behandelten Modelle sind mit Hilfe des neueren Instrumentariums der Theorie sorgfältig dargestellt und interpretiert. Die gekonnte Handhabung dieser Instrumente zeigt sich z. B. deutlich an der von Seitz vorgenommenen Verallgemeinerung der Modelle Bouldings und der vom Rezensenten im Anschluß an Boulding erweiterten Modelle.

Allerdings hat der Verfasser die Funktion der Analyse der Bouldingschen Modelle und ihrer Weiterführung in meiner Arbeit¹ bei

¹ Heinz *Lampert*: Die Preisführerschaft. Versuch einer zusammenfassenden Darstellung. Jahrbücher für Nationalökonomie und Statistik. Bd. 172. 1960. S. 203 ff.

seiner Kritik übersehen und daher, wie bereits vorher *Möller*², eingewendet, ich habe bei der Behandlung der Modelle von Boulding und in den im Anschluß an ihn entwickelten Modellen Aspekte der Verhaltensweise zu wenig in den Vordergrund gestellt und den Kerngedanken Bouldings übersehen, daß jeder Anbieter Preisunterbietungen nur so lange durchführen wird, als sich daraus unter Berücksichtigung des Verhaltens seiner Konkurrenten, nämlich dem Maß ihrer Bereitschaft, einen niedrigeren Preis sofort zu übernehmen, für ihn noch Vorteile ergeben (S. 132). Gerade weil das Funktionieren der Preisführerschaft von der Verhaltensweise der Beteiligten abhängt, habe ich die modellanalytisch gewonnenen Preisführer als „potentielle“ Preisführer bezeichnet und auf die Voraussetzungen hingewiesen, die erfüllt sein müssen, damit aus einem potentiellen, modelltheoretisch bestimmten Preisführer bei Vorliegen ähnlicher Marktverhältnisse in der Realität ein faktischer Preisführer werden kann³. Die in meiner Arbeit innerhalb des Abschnitts II über „Die dominierende Preisführerschaft“ unter 1. erfolgte Darstellung und Weiterentwicklung der Modelle Bouldings hatte ja u. a. gerade den Zweck, zu prüfen, ob an Hand dieser Modelle die Bestimmung eines Preisführers möglich ist. Diese Prüfung führt dann zu dem in meiner Arbeit im gleichen Abschnitt unter „2. Kritik“ enthaltenen, von Seitz durch Überprüfung mehrerer Preisführerschaftsmodelle ebenfalls gewonnenen Ergebnis, daß, wie er formuliert, „die Modellanalyse . . . zur Lösung dieser wichtigen Probleme, die das Zustandekommen, Bestehen und Funktionieren einer oligopolistischen Preisführerschaft betreffen, wenig beigetragen“ hat (S. 216). Das ist schließlich auch der Grund, warum ich dort die Einbeziehung von qualitativen Faktoren wie Führungseigenschaften, Führungsbereitschaft und Gefolgsbereitschaft in Untersuchungen über oligopolistische Preisführerschaft angeregt habe und warum diese Faktoren im Abschnitt III über „Die barometrische Preisführerschaft, ihre Merkmale und ihre Bedeutung“ die Hauptrolle spielen.

Eine letzte Korrektur in eigener Sache sei noch erlaubt. S. 34 schreibt Seitz: „Als gemeinsamen Kern‘ aller Definitionen der Preisführerschaft bezeichnet Lampert den folgenden Tatbestand: ‚Wenn in einer Gruppe von Unternehmungen eines Wirtschaftszweiges eine Unternehmung Preisänderungen vornimmt, reagieren die übrigen Unternehmungen auf diese Preisänderung mit Preisänderungen in gleicher Richtung‘.“ Dann kritisiert Seitz S. 35 f.: „In der obigen Defi-

² Hans *Möller*: Kalkulation, Absatzpolitik und Preisbildung. Nachdruck mit einer neuen Einführung über die Entwicklung der modernen Preistheorie. Tübingen 1962. S. XL.

³ *Lampert*: a.a.O. S. 219 f.

nition der Preisführerschaft von Lampert wird jedoch weder auf den Organcharakter des Preisführers noch auf dessen Eigenschaft, die Gesamtheit durch Erscheinung oder Handeln zu repräsentieren, abgestellt, so daß auch dieser Führerschaftsbegriff nicht der der Preisführerschaft sein kann.“ Daß der zuerst aus meinem Aufsatz zitierte Satz eine von mir formulierte Definition der Preisführerschaft darstellt, ist eine kühne Behauptung und einer *der* Fehler bei der Auswertung der verwendeten Literatur, die sicher nicht auf mangelnde Fähigkeiten des Autors zurückgehen, sondern auf eine Vernachlässigung der den kritisierten Arbeiten zugrunde liegenden Intentionen.

Diese Einschränkungen beeinträchtigen aber den Wert dieser systematischen, klar aufgebauten und flüssig formulierten Studie nicht wesentlich.

Heinz Lampert, Berlin