

## Marktanteilsrabatt des marktbeherrschenden Unternehmens

		Abgenommene Menge des Händlers beim marktbeherrschenden Hersteller					
		0	500	1000	1500	2000	2500
Gesamtumsatz des Händlers	1000	0,00%	5,00%	10,00%			
	1500	0,00%	3,33%	6,67%	10,00%		
	2000	0,00%	2,50%	5,00%	7,50%	10,00%	
	2500	0,00%	2,00%	4,00%	6,00%	8,00%	10,00%
	3000	0,00%	1,67%	3,33%	5,00%	6,67%	8,33%
	3500	0,00%	1,43%	2,86%	4,29%	5,71%	7,14%
	4000	0,00%	1,25%	2,50%	3,75%	5,00%	6,25%

## Umsatz des Herstellers durch Verkäufe an den Händler (Listenpreis 10 DM)

		Abgenommene Menge des Händlers beim marktbeherrschenden Hersteller					
		0	500	1000	1500	2000	2500
Gesamtumsatz des Händlers	1000	0 DM	4750 DM	9000 DM			
	1500	0 DM	4833 DM	9333 DM	13500 DM		
	2000	0 DM	4875 DM	9500 DM	13875 DM	18000 DM	
	2500	0 DM	4900 DM	9600 DM	<b>14100 DM</b>	18400 DM	22500 DM
	3000	0 DM	4917 DM	9667 DM	<b>14250 DM</b>	18667 DM	22917 DM
	3500	0 DM	4930 DM	9720 DM	14357 DM	18857 DM	23214 DM
	4000	0 DM	4937 DM	9750 DM	14437 DM	19000 DM	23437 DM

### 1. Annahme

- a) Gesamte nachgefragte Menge des Händlers = 2.500 Stück  
 b) Beim marktbeherrschenden Unternehmen nachgefragte Menge = 1.500 Stück.  
 Bei gegebener Rabattstaffelung zahlt Händler dem marktbeherrschenden Unternehmen folglich 14.100 DM.

### 2. Annahme

- a) Händler erhöht seine gesamte Nachfrage um 500 auf 3.000 Stück.  
 b) Beim marktbeherrschenden Unternehmen kauft der Händler weiterhin 1.500 Stück.

### Folge

Der Händler zahlt allein dadurch, dass der Marktanteil des Herstellers an seinem Gesamtumsatz gesunken ist nun 150 DM mehr, also 14.250 DM.  
 Der Betrag von 150 DM wirkt wie eine Steuer auf die bei der Konkurrenz nachgefragten 500 Stück.

### Beachte!

Bei einem reinen Mengenrabatt würde der Händler beim Übergang von Annahme 1 zu Annahme 2 dem marktbeherrschenden Unternehmen denselben Betrag zahlen.

