
Teil I. Grundlagen

A. Einführung und Überblick

- A.1 Strategisches Denken und Handeln - die vier p
- A.2 Fünf oder sechs Wettbewerbskräfte
- A.3 Ausblick
- A.4 Literatur

B. Spieltheorie

- B.1 Darstellungsformen in der Spieltheorie
 - B.2 Notationen - Definitionen
 - B.3 Mehr-Personen-Spiele in der Normalform
 - B.4 Rückwärtsinduktion
 - B.5 Externe Effekte
-

Teil II. Kostenführerschaft und Wettbewerb im homogenen Oligopol

C. Monopol: Preispolitik

- C.1 Grundidee: Ursachen und Dauer von Monopolstellungen
- C.2 Spieltheoretische Wettbewerbsstruktur
- C.3 Modellspezifikation
 - C.3.1 Nachfragefunktion und Preiselastizität
 - C.3.2 Gewinn, Erlös und Kosten bei Preissetzung
- C.4 Optimaler Preis
 - C.4.1 Gewinnmaximierung bei einheitlichem Preis
 - C.4.2 Gewinnmaximierung bei Preisdifferenzierung
- C.5 Zusammenfassung und unternehmenspolitische Schlussfolgerungen

D. Preiswettbewerb

- D.1 Grundideen des Preiswettbewerbs
- D.2 Simultaner Preiswettbewerb
 - D.2.1 Spieltheoretische Wettbewerbsstruktur
 - D.2.2 Gleiche Kosten - Eintrittszulassung
 - D.2.3 Unterschiedliche Kosten - Blockade und Eintrittsabschreckung (Limit-Preisstrategie)
 - D.2.4 Wechselkosten - Preiswettbewerb um Altkunden
- D.3 Preiskartell
- D.4 Preiskollusion durch Niedrigstpreisgarantien
 - D.4.1 Spieltheoretische Wettbewerbsstruktur
 - D.4.2 Preis-Absatz- und Gewinnfunktionen
 - D.4.3 Preiswettbewerb (zweite Stufe)
 - D.4.4 Niedrigstpreisgarantien (erste Stufe)
- D.5 Zusammenfassung und unternehmenspolitische Schlussfolgerungen

E. Monopol: Mengopolitik

- E.1 Modellspezifikation
 - E.1.1 Die inverse Nachfragefunktion
 - E.1.2 Gewinn, Erlös und Kosten bei Mengenfestsetzung
- E.2 Optimale Menge
 - E.2.1 Gewinnmaximierung
 - E.2.2 Gewinnmaximierung bei Preisdifferenzierung
 - E.2.3 Gewinnmaximierung bei mehreren Betriebsstätten
 - E.2.4 Vergleich mit vollständiger Konkurrenz
- E.3 Doppelte Marginalisierung in vertikal verbundenen Märkten
- E.4 Wohlfahrtstheoretische Analyse des Monopols
- E.5 Zusammenfassung und unternehmenspolitische Schlussfolgerungen

F. Mengen- und Kostenwettbewerb

- F.1 Grundidee: Vom Preis- zum Mengenwettbewerb
- F.2 Simultaner Mengenwettbewerb
 - F.2.1 Spieltheoretische Wettbewerbsstruktur
 - F.2.2 Cournot-Modell
 - F.2.3 Die Rolle der Kostenführerschaft
 - F.2.4 Blockierter Eintritt
 - F.2.5 Zusammenfassung und unternehmenspolitische Schlussfolgerungen
- F.3 Sequentieller Mengenwettbewerb
 - F.3.1 Spieltheoretische Wettbewerbsstruktur
 - F.3.2 Stackelberg-Gleichgewicht und Zeitführerschaft
 - F.3.3 Blockade und Eintrittsabschreckung (Limit-Mengen-Strategie) inkl. Betrachtung "sunk costs"
 - F.3.4 Strategische Handelspolitik
 - F.3.5 Zusammenfassung und unternehmenspolitische Schlussfolgerungen
- F.4 Mengen-Kartell
 - F.4.1 Die spieltheoretische Kartellstruktur
 - F.4.2 Kartelllösung
 - F.4.3 Zusammenfassung und unternehmenspolitische Schlussfolgerungen
- F.5 Wettbewerbsintensität: Vergleich und Messung

G. Innovationswettbewerb unter Risiko

- G.1 Grundideen des Innovationswettbewerbs
- G.2 Vergleich der Innovationsanreize von Monopolisten und wohlwollenden Diktatoren
 - G.2.1 Wohlwollender Diktator
 - G.2.2 Monopolist
 - G.2.3 Drastische und nicht-drastische Innovation
 - G.2.4 Vollständige Konkurrenz
- G.3 Symmetrischer Innovationswettbewerb
 - G.3.1 Modellannahmen
 - G.3.2 Spieltheoretische Wettbewerbsstruktur
 - G.3.3 Gewinnfunktionen
 - G.3.4 Reaktionsfunktionen (erste Stufe)
 - G.3.5 Nash-Marktgleichgewicht(e)
- G.4 Asymmetrischer Innovationswettbewerb
 - G.4.1 Gewinnfunktionen
 - G.4.2 Preiswettbewerb (zweite Stufe)
 - G.4.3 Innovationsanreize
 - G.4.4 Reaktionsfunktionen (erste Stufe)
 - G.4.5 Marktgleichgewicht
- G.5 Zusammenfassung und unternehmenspolitische Schlussfolgerungen

H. Innovationswettbewerb bei Spillover

- H.1 Grundideen der Wissensspillover-Effekte bei Forschung und Entwicklung
- H.2 Modellierung der Prozessinnovation
- H.3 Spieltheoretische Wettbewerbsstruktur
- H.4 Simultaner Mengenwettbewerb auf dem Produktmarkt (zweite Stufe)
 - H.4.1 Gewinnfunktionen
 - H.4.2 Mengen-Reaktionsfunktionen und Cournot-Gleichgewicht
- H.5 Simultaner F&E-Wettbewerb (erste Stufe)
 - H.5.1 Explizite Lösung
 - H.5.2 Allgemeine Analyse: direkte und strategische Effekte
- H.6 F&E-Kooperation (erste Stufe)
 - H.6.1 Explizite Lösung
 - H.6.2 Allgemeine Analyse: direkte und strategische Effekte
- H.7 F&E-Wettbewerb vs. F&E-Kooperation - Ein Vergleich
 - H.7.1 Einzelwirtschaftliche Perspektiv
 - H.7.2 Gesamtwirtschaftliche Perspektive
- H.8 Zusammenfassung und unternehmenspolitische Schlussfolgerungen

Teil III. Produktdifferenzierung und Wettbewerb im heterogenen Oligopol

I. Varianten-, Standort- und Qualitätswettbewerb

- I.1 Grundideen der horizontalen und vertikalen Produktdifferenzierung
- I.2 Preis- und Positionswettbewerb im Straßendorf
 - I.2.1 Modellspezifikation: Hotellings Straßendorf
 - I.2.2 Spieltheoretische Wettbewerbsstruktur
 - I.2.3 Preiswettbewerb (zweite Stufe)
 - I.2.4 Positionswettbewerb (erste Stufe)
 - I.2.5 Wohlfahrtstheoretische Analyse
- I.3 Markteintritt und Eintrittsabschreckung im Ringdorf
 - I.3.1 Modellspezifikation: Schmalensees Ringdorf
 - I.3.2 Spieltheoretische Wettbewerbsstruktur
 - I.3.3 Simultaner Preiswettbewerb (zweite Stufe)
 - I.3.4 Markteintritt (erste Stufe)
 - I.3.5 Eintrittsabschreckung (Limit-Variantenstrategie)
 - I.3.6 Übungsfall: Lineare Transportkosten
 - I.3.7 Wohlfahrtstheoretische Analyse
- I.4 Preis- und Qualitätswettbewerb
- I.5 Zusammenfassung und unternehmenspolitische Schlussfolgerungen

J. Werbewettbewerb

- J.1 Grundideen des Werbewettbewerbs
- J.2 Modellspezifikation
- J.3 Werbe- und Preiswettbewerb für etablierte Produkte
 - J.3.1 Spieltheoretische Wettbewerbsstruktur
 - J.3.2 Simultaner Preis- und Werbewettbewerb
- J.4 Werbe- und Preiswettbewerb für Neuprodukte
 - J.4.1 Spieltheoretische Wettbewerbsstruktur
 - J.4.2 Simultaner Preiswettbewerb (zweite Stufe)
 - J.4.3 Simultaner Werbewettbewerb (erste Stufe)
- J.5 Markteintritt und Eintrittsabschreckung
 - J.5.1 Spieltheoretische Wettbewerbsstruktur
 - J.5.2 Eintrittsabschreckung (Limit-Werbestrategie)
- J.6 Zusammenfassung und unternehmenspolitische Schlussfolgerungen

K. Kompatibilitätswettbewerb

- K.1 Grundideen des Kompatibilitätswettbewerbs
- K.2 Modellspezifikation
- K.3 Wettbewerb bei unterschiedlichen Kompatibilitätsgraden
 - K.3.1 Spieltheoretische Wettbewerbsstruktur
 - K.3.2 Simultaner Preiswettbewerb (zweite Stufe)
 - K.3.3 Simultaner Kompatibilitätswettbewerb (erste Stufe)
- K.4 Wettbewerb bei einheitlicher Kompatibilität
 - K.4.1 Spieltheoretische Wettbewerbsstruktur
 - K.4.2 Simultaner Preiswettbewerb (zweite Stufe)
 - K.4.3 Kompatibilitätswettbewerb (erste Stufe)
- K.5 Eintrittsabschreckung (Limit-Kompatibilitätsstrategie)
- K.6 Wettbewerb bei Komplementen (Microsoft)
 - K.6.1 Die Logik der Preissetzung bei Komplementen
 - K.6.2 Microsoft und Wegelagerer am Rhein
 - K.6.3 Und wie sieht es bei Substituten aus?
- K.7 Zusammenfassung und unternehmenspolitische Schlussfolgerungen