

Inhalt

1 Marktökonomische Grundlagen	1
1.1 Einführung	1
1.2 Das Wesen des strategischen Wettbewerbs	2
1.2.1 Strategische Entscheidungen und strategischer Wettbewerb ...	3
1.2.2 Strategischer Mengenwettbewerb als Beispiel	7
1.3 Preiswettbewerb vs. Mengenwettbewerb	14
1.4 Produktdifferenzierung und Wettbewerbsintensität	15
1.4.1 Produktdifferenzierung und Mengenwettbewerb	16
1.4.2 Produktdifferenzierung und Preiswettbewerb	20
1.4.3 Wettbewerbsintensität und Marktstruktur	29
1.5 Mengenführerschaft und Marktmissbrauch	31
1.5.1 Mengenführerschaft	31
1.5.2 Marktmissbrauch	36
1.6 Kostenführerschaft und Wohlfahrt	40
1.6.1 Kostenführerschaft im Preiswettbewerb	40
1.6.2 Kostenführerschaft im Mengenwettbewerb	42
1.6.3 Ein Beispiel	43
1.7 Zusammenfassung und Basisliteratur	46
Literatur	48
2 Kartelle und Fusionen	49
2.1 Einführung	49
2.2 Gemeinsame Gewinnmaximierung und Wohlfahrt	50
2.2.1 Horizontale gemeinsame Gewinnmaximierung	51
2.2.2 Vertikale gemeinsame Gewinnmaximierung	54
2.3 Das Stabilitätsproblem	58
2.3.1 Stabilisierung durch Sanktionen	58
2.3.2 Ein Beispiel	60
2.4 Gemeinsame Gewinnmaximierung und Marktstruktur	61
2.4.1 Gemeinsame Gewinnmaximierung im Preiswettbewerb	61
2.4.2 Gemeinsame Gewinnmaximierung im Mengenwettbewerb	66
2.5 Zusammenfassung und Basisliteratur	70
Literatur	71

3 Wettbewerbsrechtlicher Rahmen	73
3.1 Einführung	73
3.2 Das Kartellverbot und seine Ausnahmen	75
3.3 Die Fusionskontrolle	77
3.3.1 Tatbestand, Meldepflicht und Untersagung	77
3.3.2 Die marktbeherrschende Stellung	78
3.4 Die Missbrauchsaufsicht über marktbeherrschende Unternehmen ...	80
3.5 Die Konzentrationsberichterstattung	81
3.5.1 Definition und Messung der Unternehmenskonzentration ...	82
3.5.2 Einige Ergebnisse der Konzentrationsberichterstattung	86
3.6 Die Großunternehmensanalyse	88
3.7 Zusammenfassung und Basisliteratur	91
Literatur	92
4 Differenzierung und Innovation	93
4.1 Einführung	93
4.2 Die Entscheidung über die Produkteigenschaften	95
4.2.1 Die Qualitätsentscheidung als Beispiel	95
4.2.2 Nachfrage- und Gewinnfunktionen	98
4.2.3 Erste Entscheidungsstufe: Preissetzung	100
4.2.4 Zweite Entscheidungsstufe: Produktqualitäten	103
4.3 Die Entscheidung zur Innovation	104
4.3.1 Eine Produktinnovation als Beispiel	104
4.3.2 Die Ausgangssituation	106
4.3.3 Die Innovationsentscheidung	107
4.3.4 Innovation und Wohlfahrt	111
4.4 Innovationsanreiz und Marktstruktur	112
4.4.1 Der Innovationsanreiz bei homogenem Preiswettbewerb	112
4.4.2 Der Innovationsanreiz bei homogenem Mengenwettbewerb ...	114
4.4.3 Der Innovationsanreiz bei Etablierten und Herausforderern ...	116
4.5 Zusammenfassung und Basisliteratur	120
Literatur	121
5 Designwettbewerb	123
5.1 Einführung	123
5.2 Das gewinnmaximale Produktdesign	124
5.2.1 Die Annahmen des Hotelling-Grundmodells	125
5.2.2 Nachfrage- und Gewinnfunktionen	127
5.2.3 Erste Entscheidungsstufe: Preissetzung	129
5.2.4 Zweite Entscheidungsstufe: Produktdesigns	131
5.3 Produktdesign und Wohlfahrt	134
5.3.1 Die wohlfahrtsoptimalen Designs	134
5.3.2 Die Nashgleichgewichte bei endogener Gesamtnachfrage ...	135
5.4 Produktdesign und Präferenzen	141
5.4.1 Präferenzverteilung und Nachfragefunktionen	141

5.4.2	Erste Entscheidungsstufe: Preissetzung	143
5.4.3	Zweite Entscheidungsstufe: Produktdesigns	145
5.4.4	Dreiecksverteilungen als Beispiel	147
5.5	Designführerschaft	148
5.5.1	Sequentieller Designwettbewerb	148
5.5.2	Erste Entscheidungsstufe: Preissetzung	149
5.5.3	Zweite und dritte Entscheidungsstufe: Produktdesigns	150
5.6	Determinanten der Produktvielfalt	153
5.6.1	Die Annahmen des Hotelling-Kreismodells	153
5.6.2	Die endogene Anzahl von Varianten	154
5.7	Zusammenfassung und Basisliteratur	156
	Literatur	157
6	Qualitätswettbewerb und Produktinnovation	159
6.1	Einführung	159
6.2	Die gewinnmaximale Produktqualität	160
6.2.1	Die Annahmen des Grundmodells	161
6.2.2	Nachfrage- und Gewinnfunktionen	162
6.2.3	Erste Entscheidungsstufe: Preissetzung	164
6.2.4	Zweite Entscheidungsstufe: Produktqualitäten	166
6.3	Produktqualität und qualitätsabhängige Grenzkosten	168
6.3.1	Qualitätsabhängige Grenzkosten	168
6.3.2	Preissetzung und Produktqualitäten	169
6.3.3	Qualität, qualitätsabhängige Grenzkosten und Marktstruktur ...	171
6.4	Produktqualität und Produktinnovation	174
6.4.1	Qualitätsverbessernde Produktinnovation	175
6.4.2	Preissetzung, F&E-Ausgaben und Produktqualitäten	175
6.4.3	Qualitätsverbessernde Produktinnovation und Marktstruktur ...	179
6.5	Zusammenfassung und Basisliteratur	181
	Literatur	183
7	Patentrennen und Patentschutz	185
7.1	Einführung	185
7.2	Die gewinnmaximalen F&E-Ausgaben in Patentrennen	186
7.2.1	Patentrennen bei homogenem Preiswettbewerb	187
7.2.2	Patentrennen bei homogenem Mengenwettbewerb	194
7.2.3	Patentrennen zwischen Etabliertem und Herausforderer	197
7.3	Die wohlfahrtsoptimale Patentschutzdauer	201
7.3.1	Patentschutzdauer und gewinnmaximales Innovationsausmaß	201
7.3.2	Patentschutzdauer und Wohlfahrt	205
7.3.3	Patentlizenzierung	209
7.4	Zusammenfassung und Basisliteratur	211
	Literatur	213

8	Prozessinnovationswettbewerb	215
8.1	Einführung	215
8.2	Das gewinnmaximale Innovationsausmaß	216
8.2.1	Grenzkostensenkungen als strategische Substitute	216
8.2.2	Ein Beispiel	222
8.3	Innovationsausmaß und Wissensspillover	224
8.3.1	Grenzkostensenkungen als strategische Komplemente	225
8.3.2	Ein Beispiel	230
8.4	Innovationsausmaß und gemeinsame Gewinnmaximierung	232
8.4.1	Grenzkostensenkungen bei gemeinsamer Gewinnmaximierung	233
8.4.2	Ein Beispiel	235
8.5	Zusammenfassung und Basisliteratur	236
	Literatur	237
	Sachverzeichnis	239