

Literaturverzeichnis

- AMIR, Rabah (2000). Modelling imperfectly appropriable R&D via spillovers, *International Journal of Industrial Organization* **18**, S. 1013–1032.
- AOKI, Reiko/PRUSA, Thomas J. (1997). Sequential versus simultaneous choice with endogenous quality, *International Journal of Industrial Organisation* **15**, S. 103–121.
- ARROW, Kenneth (1962). Economic welfare and the allocation of resources for invention, in: NELSON, Robert (Hrsg.), *The Rate and Direction of Inventive Activity*, Princeton, S. 605–625.
- BAIN, Joe (1956). *Barriers to New Competition*, Harvard University Press, Cambridge (MA).
- BAUER, Hans H. (1986). Das Erfahrungskurvenkonzept, *Wirtschaftswissenschaftliches Studium* **15**, S. 1–10.
- BAUMOL, William J./PANZAR, John C./WILLIG, Robert D. (1982). *Contestable Markets and the Theory of Industry Structure*, Harcourt Brace Jovanovitch, New York.
- BERTRAND, Joseph Louis Francois (1883). Recherches sur la théorie mathématique de la richesse, *Journal des Savants* **48**, S. 499–508.
- BESANKO, David/DRANOVE, David/SHANLEY, Mark/SCHAEFER, Scott (2004). *Economics of Strategy*, 3. Aufl., John Wiley & Sons, New York et al.
- BESTER, Helmut (2004). *Theorie der Industrieökonomik*, 3. Aufl., Springer, Berlin et al.
- BINMORE, Ken (1992). *Fun and Games*, Heath, Lexington (MA), Toronto.
- BÖNTE, Werner (1997). F&E-spillover und ihre Auswirkungen auf die Kosten der Produktion, *Jahrbücher für Nationalökonomie und Statistik* **216**, S. 209–225.
- BÖNTE, Werner (2004). Spillovers from publicly financed business R&D: Some empirical evidence from Germany, *Research Policy* **33**, S. 1635–1655.
- BOOM, Annette (1995). Asymmetric international minimum quality standards and vertical differentiation, *Journal of Industrial Economics* **43**, S. 101–119.
- BRANDENBURGER, Adam M./NALEBUFF, Barry J. (1996). *Co-opetition*, Doubleday, New York et al.
- BRANDER, James A. (1981). Intra-industry trade in identical commodities, *Journal of International Economics* **11**, S. 1–14.
- BRANDER, James A./SPENCER, Barbara J. (1981). Tariffs and the extraction of foreign monopoly rents under potential entry, *Canadian Journal of Economics* **S. 371–389**.
- BRANDER, James A./SPENCER, Barbara J. (1983). International R&D rivalry and industrial strategy, *Review of Economic Studies* **50**, S. 707–722.

- BRANDER, James/KRUGMAN, Paul (1983). A 'reciprocal dumping' model of international trade, *Journal of International Economics* **15**, S. 313–321.
- BRANSTETTER, Lee G. (2000). Looking for international knowledge spillovers - a review of the literature with suggestions for new approaches, *The Economics and Econometrics of Innovation*, Kluwer Academic Publishers, Boston et al., S. 495–518.
- BULOW, Jeremy/GEANAKOPOLOS, John/KLEMPERER, Paul (1985). Multimarket oligopoly: Strategic substitutes and complements, *Journal of Political Economy* **93**, S. 488–511.
- CECCAGNOLI, Marco (2005). Firm heterogeneity, imitation, and the incentives for cost reducing R&D effort, *Journal of Industrial Economics* **53**, S. 83–100.
- CHOI, Chong Ju/SHIN, Hyun Song (1992). A comment on a model of vertical product differentiation, *Journal of Industrial Economics* **40**, S. 229–232.
- COASE, Ronald H. (1960). The problem of social cost, *The Journal of Law and Economics* **3**, S. 1–44.
- COASE, Ronald H. (1972). Durability and monopoly, *Journal of Law and Economics* **15**, S. 143–149.
- DASGUPTA, Partha/STIGLITZ, Joseph (1980). Uncertainty, industrial structure and the speed of innovation, *Bell Journal of Economics* **11**, S. 1–28.
- D'ASPROMONT, Claude J./GABSZEWICZ, Jean/THISSE, Jacques-Francois (1979). On hotelling's stability in competition, *Econometrica* **17**, S. 1145–1151.
- D'ASPROMONT, Claude/JACQUEMIN, Alexis (1988). Cooperative and noncooperative R&D in duopoly with spillovers, *American Economic Review* **78**, S. 1133–1137.
- DE BONDT, Raymond (1996). Spillovers and innovative activities, *International Journal of Industrial Organization* **15**, S. 1–28.
- DIXIT, Avinash K./NALEBUFF, Barry J. (1991). *Thinking Strategically*, Norton Company, New York.
- DIXIT, Avinash K./NALEBUFF, Barry J. (1995). *Spieltheorie für Einsteiger*, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- DOS SANTOS FERREIRA, Rodolphe/THISSE, Jacques-Francois (1996). Horizontal and vertical differentiation: The Launhardt model, *International Journal of Industrial Organization* **14**, S. 485–506.
- EATON, Jonathan/GROSSMAN, Gene M. (1986). Optimal trade and industrial policy under oligopoly, *Quarterly Journal of Economics* S. 383–406.
- FARRELL, Joseph/SALONER, Garth (1986). Installed base and compatibility: Innovation, product preannouncements, and predation, *American Economic Review* **76**, S. 940–955.
- FRITSCH, Michael/WEIN, Thomas/EWERS, Hans-Jürgen (2005). *Marktversagen und Wirtschaftspolitik*, Verlag Vahlen, München.
- FUDENBERG, Drew/TIOLE, Jean (1984). The fat-cat effect, the puppy-dog ploy, and the lean and hungry look, *American Economic Review* **74**, S. 361–368.
- FUDENBERG, Drew/TIOLE, Jean (1991). *Game Theory*, MIT Press, Cambridge (MA)/London.
- GABSZEWICZ, Jean/THISSE, Jacques-Francois (1979). Price competition, quality and income disparities, *Journal of Economic Theory* **20**, S. 340–359.
- GABSZEWICZ, Jean/THISSE, Jacques-Francois (1980). Entry (and exit) in a differentiated industry, *Journal of Economic Theory* **22**, S. 327–338.

- GEISLER, Michael/WIESE, Harald (2005). Entry deterrence in the Schmalensee-Salop model, *Applied Economics Letters*. erscheint demnächst.
- GIBBONS, Robert (1992). *A Primer in Game Theory*, Harvester Wheatsheaf, New York et al.
- GILBERT, Richard J./NEWBERY, David M. G. (1982). Preemptive patenting and the persistence of monopoly, *American Economic Review* **72**, S. 514–526.
- GISSER, Micha/ALLEN, Mark S. (2001). One monopoly is better than two: Antitrust policy and microsoft, *Review of Industrial Organization* **19**, S. 211–225.
- GRANT, Robert M. (2005). *Contemporary Strategy Analysis*, 5. Aufl., Blackwell, Malden (MA)/Oxford (UK).
- GRILICHES, Zvi (1992). The search for R&D spillovers, *Scandinavian Journal of Economics* **94**, S. 29–47.
- GROSSMAN, Gene/SHAPIRO, Carl (1984). Informative advertising with differentiated products, *Review of Economic Studies* **51**, S. 63–82.
- HARHOFF, Dietmar (2000). Spillovers, technological proximity, and productivity growth, *Schmalenbach Business Review* **52**, S. 238–260.
- HELPMAN, Elhanan/KRUGMAN, Paul R. (1989). *Trade Policy and Market Structure*, The MIT Press, Cambridge (MA)/London.
- HENDERSON, Bruce D. (1974). *Die Erfahrungskurve in der Unternehmensstrategie*, Herder& Herder, Frankfurt/New York.
- HIRSCHMAN, Albert O. (1964). The paternity of an index, *American Economic Review* **56**, S. 761–762.
- HOLLER, Manfred J./ILLING, Gerhard (2003). *Einführung in die Spieltheorie*, 5. Aufl., Springer-Verlag, Berlin et al.
- HOLT, Charles A./SCHEFFMAN, David T. (1987). Facilitating practices: The effects of advance notice and best-price policies, *RAND Journal of Economics* **18**, S. 187–197.
- HOPPE, Heidrun C. (2002). The timing of new technology adoption: Theoretical models and empirical evidence, *Manchester School* **70**, S. 56–76.
- HOPPE, Heidrun C./LEHMANN-GRUBE, Ulrich (2005). Innovation timing games: A general framework with applications, *Journal of Economic Theory* **121**, S. 30–50.
- HOTELLING, Harold (1929). Stability in competition, *Economic Journal* **39**, S. 41–57.
- KAAS, Klaus Peter (1990). Marketing als Bewältigung von Informations- und Unsicherheitsproblemen im Markt, *Die Betriebswirtschaft* **50**, S. 539–548.
- KAAS, Klaus Peter (1991). Marktinformationen: Screening und Signaling unter Partnern und Rivalen, *Zeitschrift für Betriebswirtschaft* **61**, S. 357–370.
- KAMIEN, Morton/SCHWARTZ, Nancy (1982). *Market Structure and Innovation*, Cambridge University Press, Cambridge.
- KATZ, Michael L./SHAPIRO, Carl (1985). Network externalities, competition, and compatibility, *American Economic Review* **75**, S. 424–440.
- KATZ, Michael L./SHAPIRO, Carl (1986a). Product compatibility choice in a market with technological progress, *Oxford Economic Papers* **38**, S. 146–165.
- KATZ, Michael L./SHAPIRO, Carl (1986b). Technology adoption in the presence of network externalities, *Journal of Political Economy* **94**, S. 822–841.
- KINDLEBERGER, Charles P. (1983). Standards as public, collective and private goods, *Kyklos* **36**, S. 377–396.

- KNEIPS, Günter (2001). *Wettbewerbsökonomie*, Springer, Berlin et al.
- KRÄKEL, Matthias (2004). *Organisation und Management*, 2. Aufl., Mohr Siebeck, Tübingen.
- KREPS, David M./SCHEINKMAN, Jose A. (1983). Quantity precommitment and Bertrand competition yield Cournot outcomes, *Bell Journal of Economics* **14**, S. 326–337.
- LAZEAR, Edward P. (1986). Retail pricing and clearance sales, *American Economic Review* **76**, S. 14–32.
- LEE, Tom/WILDE, Louis L. (1980). Market structure and information: A reformulation, *Quarterly Journal of Economics* **94**, S. 429–436.
- LEHMANN-GRUBE, Ulrich (1997). Strategic choice of quality when quality is costly: The persistence of the high-quality advantage, *RAND Journal of Economics* **28**, S. 372–384.
- LEIBENSTEIN, Harvey (1950). Bandwagon, snob, and Veblen effects in the theory of consumers' demand, *Quarterly Journal of Economics* **64**, S. 183–207.
- LEIBENSTEIN, Harvey (1966). Allocative efficiency versus X-efficiency, *American Economic Review* **56**, S. 392–415.
- LELAND, Hayne E. (1972). Theory of the firm facing uncertain demand, *American Economic Review* **62**, S. 278–291.
- LOURY, Glenn C. (1979). Market structure and innovation, *Quarterly Journal of Economics* **93**, S. 395–410.
- MARTIN, Stephen (1994). *Industrial Economics*, Macmillan Publishing Company, New York.
- MASON, Edward S. (1939). Price and production policies of large-scale enterprise, *American Economic Review* **29**, S. 61–74.
- MCCARTHY, E. Jerome (1960). *Basic Marketing: A Managerial Approach*, Richard D. Irwin, Homewood, IL.
- NEUMANN, Manfred (2000). *Wettbewerbspolitik*, Gabler, Wiesbaden.
- NEVEN, Damien (1985). Two stage (perfect) equilibrium in hotelling's model, *Journal of Industrial Economics* **33**, S. 317–325.
- NIESCHLAG, Robert/DICHTL, Erwin/HÖRSCHGEN, Hans (2002). *Marketing*, 19. Aufl., Duncker & Humblot, Berlin.
- PFÄHLER, Wilhelm/HOPPE, Heidrun C. (1997). Adoption von neuen Technologien im Wettbewerb, *das wirtschaftsstudium* **26**, S. 771–776.
- PFÄHLER, Wilhelm/WIESE, Harald (1993). Der Kapazitätswettbewerb: Das Stackelberg-Spence-Dixit-Modell, *das wirtschaftsstudium* **22**, S. 726–730, 738.
- PFÄHLER, Wilhelm/WIESE, Harald (1994). Innovationswettbewerb, *das wirtschaftsstudium* **23**, S. 1031–1038.
- PFÄHLER, Wilhelm/WIESE, Harald (1998). *Unternehmensstrategien im Wettbewerb: Eine spieltheoretische Analyse*, 1. Aufl., Springer, Berlin et al.
- PORTER, Michael (1980). *Competitive Strategy*, Free Press, New York.
- POSNER, Richard (1975). The social costs of monopoly and regulation, *Journal of Political Economy* **83**, S. 807–828.
- REINGANUM, Jennifer F. (1983). Uncertain innovation and the persistence of monopoly, *American Economic Review* **73**, S. 741–748.
- ROHLFS, Jeffrey (1974). A theory of interdependent demand for a communications service, *Bell Journal of Economics* **5**, S. 16–37.

- RONNEN, Uri (1991). Minimum quality standards, fixed costs, and competition, *RAND Journal of Economics* **22**, S. 491–504.
- SALOP, Steven C. (1979). Monopolistic competition with outside goods, *Bell Journal of Economics* **10**, S. 141–156.
- SCHMALENSEE, Richard (1978). Entry deterrence in the ready to eat breakfast cereal industry, *Bell Journal of Economics* **9**, S. 305–327.
- SCHNITZER, Monika (1994). Dynamic duopoly with best-price clauses, *RAND Journal of Economics* **25**, S. 186–196.
- SCHUMPETER, Joseph A. (1942). *Capitalism, Socialism and Democracy*, 1. Aufl., Harper Collins, New York.
- SHAKED, Avner/SUTTON, John (1982). Relaxing price competition through product differentiation, *Review of Economic Studies* **49**, S. 3–13.
- SHAKED, Avner/SUTTON, John (1983). Natural oligopolies, *Econometrica* **51**, S. 1469–1484.
- SHAPIRO, Carl/VARIAN, Hal R. (1999). *Information Rules*, Harvard Business School Press, Harvard.
- SHY, Oz (1995). *Industrial Organization*, MIT Press, Cambridge (MA), London.
- SIMON, Hermann (1992). *Preismanagement*, 2. Aufl., Gabler Verlag, Wiesbaden.
- STACKELBERG, Heinrich von (1934). *Marktform und Gleichgewicht*, Springer Verlag, Wien.
- SUTTON, John (1991). *Sunk Costs and Market Structure*, MIT Press, Cambridge (MA)/London.
- TABUCHI, Takatoshi/THISSE, Jacques-Francois (1995). Asymmetric equilibria in spatial competition, *International Journal of Industrial Organization* **13**, S. 213–227.
- TIROLE, Jean (1988). *The Theory of Industrial Organization*, MIT Press, Cambridge (MA)/London.
- WANG, X. Henry (2003). A note on the high-quality advantage in vertical differentiation models, *Bulletin of Economic Research* **55**, S. 91–99.
- WAUTHY, Xavier (1996). Quality choice in models of vertical differentiation, *Journal of Industrial Economics* **44**, S. 345–353.
- WELGE, Martin K./AL-LAHAM, Andreas (2003). *Planung. Prozesse - Strategien - Maßnahmen*, 4. Aufl., Gabler, Wiesbaden.
- WIEANDT, Axel/WIESE, Harald (1993). Die Theorie der 'contestable markets' - ein Leitbild für die Wettbewerbspolitik, *ORDO* **44**, S. 185–202.
- WIESE, Harald (1990). *Netzeffekte und Kompatibilität*, C. E. Poeschel, Stuttgart.
- WIESE, Harald (1991). Marktschaffung - Das Startproblem bei Netzeffekt-Gütern, *Marketing Zeitschrift für Forschung und Praxis* **13**, S. 43–51.
- WIESE, Harald (1993). *Lern- und Netzeffekte im asymmetrischen Dyopol*, Physica-Verlag, Heidelberg.
- WIESE, Harald (1997). Compatibility, business strategy and market structure - a selective survey, in: HOLLER, Manfred/NISKANEN, Esko (Hrsg.), *Frontiers of Standardization*, Bd. 1 d. *EURAS Yearbook of Standardization*, ACCEDO-Verlag, München, S. 283–308.
- WIESE, Harald (2002). *Entscheidungs- und Spieltheorie*, Springer-Verlag, Berlin et al.
- WIESE, Harald (2002). Strategic trade policy in the presence of network effects, *German Economic Review* **3**, S. 155–183.

- WIESE, Harald (2005). *Mikroökonomik: Eine Einführung in 379 Fragen*, 4. Aufl., Springer-Verlag, Berlin et al.
- WIETHAUS, Lars (2006). Cooperation and competition in R&D when innovation and absorption are costly, *Economics of Innovation and New Technology* **15**. erscheint demnächst.

Index

- Absatz, 54
Adoption, 186
Altkunden, 75, 78
Amoroso-Robinson-Relation, 98, 101, 105, 175
Angebotsregel, 128
Apple, 314, 318, 319
Arrow-Effekt, 201–203
atomare Abschreckung, 23
Auszahlung, 23, 25, 31
Auszahlungsfunktion, 25
Automobilmarkt, 236, 240, 314
- backward solving, *siehe* Rückwärtsinduktion
Basismnachteil, 330
Basisvorteil, 320, 329, 339
Bekanntheitsgrad, 287, 293
Bertrand, Joseph, 126
Bertrand-Dyopol, 68
Bertrand-Nash-Gleichgewicht, 69, 74, 75
Bertrand-Paradox, **69**, 86, 235, 241
Bertrand-Wettbewerb, **67**
beste Antwort, 29, 128
Betamax, 317
Betriebsgrössenvorteile, 12
Betriebsstätte, 106
Bruttokonsumentenrente, 111
Btx, 317
Budget, 22
Bullterrier, 363, 368
Bullterrier-Strategie, 212, 258, 363, **364**
- carry-over-Effekt, 54
Coase-Theorem, 37, 38
Coca Cola Company, 371
Cortes, Hernan, 157
- Cournot, Antoine Augustin, 98, 125
Cournot-Nash-Gleichgewicht, 127, 129, 215
Cournot-Punkt, 98
Cournot-Wettbewerb, **125**
- Dampfware, 346
Deregulierung, 46
Diffusion, 186
DIN-Norm, 270
direkter Effekt, 19, 132, 159, 207, 217, 221, 254, 290, 298, 301, 332, 341, 353, 357, 358, 360, 369
diskrete Preise, 72
dominante Strategie, *siehe* Strategie
doppelte Marginalisierung, **108**, 120
Dorfman-Steiner-Relation, 56
Drohung, 32, 145, 354
Durchschnittskosten, 55
- Effekt
– direkter, *siehe* direkter Effekt
– externer, *siehe* externer Effekt
– strategischer, *siehe* strategischer Effekt
effektiver Preis, 77, 81, 244, 260, 320
Effizienzeffekt, 202, 203
Eigenschaftsraum, 239
Ein-Personen-Entscheidung, 22
Ein-Personen-Spiel, **23**, 46
Eintrittsabschreckung, **13**, 14, **72**, 146, 198, 202, 218, 240, 251, 257, 258, 264, 274, 304, 338, 340, 359, 362
Eintrittsblockade, 14, 72, 99, 136, 146, 200
Eintrittszulassung, 16, 217, 254, 271, 362

- Elastizität, 47, 49, 53, 56, 97, 99, 101, 245, 294, 306
 Elastizitätenregel, 104
 Energiemarkt, 46
 Entscheidungstheorie, 5
 Entscheidungsvariable, 31
 Entwicklung, *siehe* F&E
 Erfahrungskurve, 12, 55, 161
 Erfrischungsgetränk, 237
 Erlös, 49
 Ersetzungseffekt, 188, 191, 201, 203
 Erwartungen, 315, 318, 321
 – erfüllte, 316
 – rationale, 316, 324, 328
 Erwartungsvorteil, 320
 etabliertes Unternehmen, 30, 203
 Exportsteuer, 161
 Exportsubvention, 157, 161, 250
 extensive Form, **31**
 externer Effekt, **36**, 114, 225, 347
 – einseitiger, 37
 – negativer, 36
 – positiver, 36, 66
 – wechselseitiger, 37
- fette Katze, 372
 Finanzwissenschaft, 118
 first-mover-Vorteil, 146, 251, 274
 fixe Kosten, 113, 364
 Folger-Effekt, 142
 Forschung, *siehe* F&E
 Freihandel, 157, 161
 Fudenberg, Drew, 363
 F&E, 132, 211
 F&E-Ausgaben, 186, 194, 199, 207
 F&E-Kooperation, 212, **220**, 223, 226
 F&E-Wettbewerb, **185**, **211**, 223, 226, 368
 Fusion, 173
- Gefangenendilemma, 26–28, 168
 General Motors, 314
 Gewerkschaft, 131
 Gewinn, **48**
 Gewinnfunktion, 24, 26, 68, 77, 81, 83, 128, 131, 141–143, 150, 164, 195, 199, 214, 247, 252, 261, 295, 327, 332
 Gewinnlosigkeit, 65, 70
 Gewinnmaximierung, **6**, 22, 23, **52**, **98**, 163
 Gewinnsteuer, 117, 120
 gewöhnliche Güter, 246
 Giffen-Gut, 325
 Gilbert-Newbery-Effekt, 202, 203
 Gleichgewicht, 22, 23, **28**, 30, 64, 127, 129, 143, 146, 196, 206, 207, 249, 250, 254, 262, 297, 300, 329, 332, 336
 – teilspielperfektes, 18, 32
 Grenzerlös, **49**, 96, 97, 108, 128, 142
 Grenzerlöskurve, 108
 Grenzkosten, **50**, 57, 77, 85, 101, 113, 128, 142
 Grenzrate der Substitution, 111
 Güterbündel, 22
- Haltbarkeit, 54, 55
 Handelsbarriere, 139
 Handelspolitik, **157**, 250
 Hardware-Software-Paradigma, 315
 Harsanyi, John, 23
 Haushalt, 21
 Haushaltsoptimum, 22
 Herfindahl-Index, 173
 heterogene Güter, 233
 Heterogenitätsgrad, 331
 Heterogenitätsparameter, 243
 Hirschman-Index, 173
 hit and run-Eintritt, 91
 Höchstpreis, 116
 homogene Güter, 9, 64
 homogener Markt, 287
 horizontale Produktdifferenzierung
 – Automobile, 237
 Hotellingstrecke, *siehe* Straßendorf
 hungriger Wolf, 363, 366, 368
- IBM, 208
 IBM-kompatibel, 314, 318, 319
 Image, 236, 288, 307
 Imagedifferenzierung, 288
 indirekter Effekt, *siehe* strategischer Effekt
 Industrieökonomik, 7
 Informationsstand, 31
 Innovation, 192, 213
 – drastische, 192, 200
 – nicht-drastische, 192, 200

- Innovationsanreiz, 185, 186, 188, **189**, 201–203, 207
- Innovationswettbewerb, **185**, **211**
- asymmetrischer, **198**
 - symmetrischer, **194**
- Instabilität, 170
- installierte Basis, 317–320, 324
- Integrationsvorteil, 12
- Internalisierung, 39
- Invention, 186
- inverse Elastizitätenregel, 104
- inverse Nachfragefunktion, 95
- Investition, 353, 359, 374
- eintrittserleichternde, 361, 363
 - eintrittserschwerende, 361, 363
- Investitionsstrategie, **363**
- Kaffee-Markt, 236, 311, 318
- Kapazität, 126
- Kapazitätsbeschränkung, 72
- Kartell, 16, 37, 38, 53, 79, 90
- Mengen-Kartell, **162**
 - Preiskartell, 80
- Kartellabsprache, 66, 79, 162, 164
- Kartellbetrug, 166
- Kartelldilemma, 170
- Kartellgewinn, 66, 163
- Kartellmenge, 163
- Kartellvereinbarung, 168
- Kellogg's, 264
- Kettenreaktion, 317, 346
- Kommunikationspolitik, 288
- Kompatibilität, 236, 317, 318, 337, 346
- einseitige, 314, 319, 323, 324
 - horizontale, 311
 - indirekt-horizontale, 312
 - teilweise, 313
 - vertikale, 311
 - vollständige, 313, 324, 332
- Kompatibilitätsgrad, 314, 319, 326, 331, 333, 335, 342
- Kompatibilitätsvorteil, 319
- Kompatibilitätswettbewerb, **311**
- Komplement, 10, 54, 55, 311, 314, 342, 346
- strategisches, 196, 207, 248, **362**, 370
- Konsumentenrente, **111**, 189, 224
- Kontrollmechanismus, 163
- Konzentrationsrate, 172
- Kosten, 49, 135
- quasifixe, 152
 - versunkene, 156
- Kostenführerschaft, 11, 12, 65, 73, 74, 79, 90, 127, 132, 139, 141, 146, 160, 278, 364
- Kostenparameter, 100
- Kostenreduktion, 216
- kritische Schwelle, 317
- Krugmann, Paul, 343
- Kundenstamm, 245, 260, 279, 293
- kurzfristiger Aktionsparameter, 16, 18, 353
- Lagerfähigkeit, 54
- langfristiger Aktionsparameter, 16, 18, 126, 353
- Lerner'scher Monopolgrad, 172, 175
- Lernerscher Monopolgrad, 101, 119
- Lernkurve, 55
- Lernprozess, 65
- Limit-Basis, 338
- Limit-Gewinn, 149
- Limit-Kompatibilität, 342
- Limit-Menge, 147, 149, 154
- Limit-Mengenstrategie, 147
- Limit-Preis, 15, 65, **74**, 75
- Limit-Qualität, 274, 275
- Limit-Variantenzahl, 264–266
- Limit-Werbudget, 306
- Limit-Werbestrategie, 289, 304, 307
- Limitqualität, 275
- Lincoln, Abraham, 315
- Lizenz, 139
- lokale Rivalität, 259
- Lösungskonzept, 33
- Macintosh, 314, 319
- Markenloyalität, 54
- Marketing, 131, 139, 316
- Marktanteil, 172, 173
- Markteinführung, 288
- Markteintritt, **13**, 14, 64, 72, 86, 91, 138, 217, 240
- abgeschreckter, *siehe* Eintrittsabschreckung
 - beim Innovationswettbewerb, 198–200, 203, 204

- beim Kompatibilitätswettbewerb, 338–342
- beim sequentiellen Mengenwettbewerb, 146, 147, 149, 152, 153
- beim simultanen Mengenwettbewerb, 135, 137, 138
- beim simultanen Preiswettbewerb, 72–75
- beim Variantenwettbewerb, 258, 260–266
- beim Werbewettbewerb, 304–306
- blockierter, *siehe* Eintrittsblockade
- zugelassener, *siehe* Eintrittszulassung
- Markteintrittsbarriere, 13, 45, 57, 187, 289, 318, 340
- administrativ-gesetzliche, 46, 169
- strategische, 14, 15, 65
- strukturelle, 14, 46, 169
- Markteintrittskosten, 161, 263, 276, 356
- Markteintrittsspiel, **30**, 32
- Marktforschung, 238
- Marktpreis, 64
- Marktschaffung, 317
- Markttransparenz, 6
- Marktversagen, 38
- Marley, Bob, 315
- Maximierungsbedingung erster Ordnung, 24
- Mehr-Personen-Entscheidungssituation, 22
- Mehr-Personen-Spiel, **24**, **31**
- Mehrproduktmonopol, 54
- Mengen-Kartell, **162**
- Mengenfolger, *siehe* Stackelberg-Folger
- Mengenführer, *siehe* Stackelberg-Führer
- Mengenpolitik, **95**
- Mengenregel des Monopolisten, 98
- Mengensetzer, 45
- Mengensteuer, 118, 120
- Mengenwettbewerb, 95, **125**, 362
 - sequentieller, **140**
 - simultaner, **127**
- Microsoft, 317, 318, 342
- Mikroökonomik, **21**
- Minitel, 317
- Mitarbeiterfluktuation, 212
- Monopol, 8, 23, **45**, **95**, 137, 147, 188, 191, 325
- Monopolgewinn, 88, 95, **100**, 119
- Monopolgrad, 101, 119
- Monopolmacht, 119
- Monopolposition, 46
- Monopolpreis, 15, 73, 79, 85, 192
- MS-DOS, 314
- Nachfrageeffekt, 255
- Nachfrageeffekt der Positionierung, 240
- Nachfrageelastizität, **47**, 49, 53, 56, 97, 101, 245, 294, 306
- Nachfrageexternalität, 315
- Nachfragefunktion, **47**, 56, 77, 95, 244
 - stochastische, 56
- Nachfragekurve, 45
- Nachfrageparameter, 100, 131
- Nash, John, 23
- Nash-Gleichgewicht, *siehe* Gleichgewicht, 30
- Nettokonsumentenrente, 111
- Netzeffekt, 54, 315, 316, 318, 320, 325, 340, 346
 - horizontaler, 315
 - vertikaler, 315
- Netzeffektvorteil, 323
- Netzgröße, 319
- Netzgrößenvorteil, 320, 324
- Neuprodukte, 299
- Niedrigstpreisgarantie, **66**, 80, 90
 - beidseitige, 67, 87
 - einseitige, 67, 83
- Niehans-Formel, 54
- Nobelpreis, 23
- Normalform, 24, 25
- Nutzenmaximierung, 22
- Oligopol, 6, 8
- Patent, 187, 194, 211
 - schlafendes, 187
- Patentierung, 187
- Pepsi-Cola, 371
- Porter, Michael, 7, 10
- Positionswettbewerb, 235
- Postmarkt, 46
- potentieller Konkurrent, 5, 10, 14, 30, 151, 169, 198, 203

- Präferenzen, 9, 22, 64, 237, 320
 – diffuse, 237
 – geclusterte, 237
 – heterogene, 235
 – homogene, 237
 – horizontale, 268
 – vertikale, 268
 Preis-Absatz-Funktion, 68, 81
 Preis-Leistungsverhältnis, 237, 241
 Preis-Reaktionskorrespondenz, 83
 Preisabsprache, **66**, 79
 Preisdifferenzierung, **53**, **102**, 115
 – dritten Grades, 53, 104
 – ersten Grades, 53, 102, 112
 – vollständige, 53
 – zeitliche, 55
 – zweiten Grades, 53
 Preiselastizität, *siehe* Nachfrageelastizität
 Preisführerschaft, 79
 Preiskampf, 63, 90
 Preiskartell, 66, **79**
 Preiskollusion, 80
 Preismonopol, 102
 Preispolitik, **45**
 Preissetzer, 45
 Preiswettbewerb, 125, 129, 161, 200, 363
 – homogener, **63**
 – sequentieller, 67
 – simultaner, 67
 Prinzipal-Agenten-Beziehung, 23
 Produktdifferenzierung, 11, 13, **233**, 315
 – horizontale, **235**, 237, 278
 – vertikale, **235**, 240
 Produktinnovation, 186
 Produktproliferation, 240, 264, 280
 Produktraum, 237, 239, 240, 246, 259, 268
 Produzentenrente, 110, **113**, 189, 224
 Prohibitivpreis, 15, 47, 53, 99, 136, 139, 147, 163, 188, 194, 291
 Proliferation, 264
 Prozessinnovation, 12, 185, 213

 Qualität, 236, 325
 Qualitätsführerschaft, 273
 Qualitätspräferenzen, 268
 Qualitätssegment, 240
 Qualitätswettbewerb, **268**
 quasifixe Kosten, 152

 Rabatt, 63
 Rationalität, 21
 Reaktionsfunktion, **28**, 128, 129, 135, 141, 147, 196, 204, 215, 248, 253, 262, 328, 332
 Reaktionskorrespondenz, 29
 Reaktionskurve, 129, 144, 165
 Reaktionsverbundenheit, 5
 reduzierte Gewinnfunktion, 35, 131, 142
 Referenzpunkt, 114
 Reihenfolge, 31
 Ringdorf, 240, **259**
 Rivalität, 10
 Robinson-Crusoe-Situation, 22
 Rückwärtsinduktion, 33, 35, 68

 Sabotage, 132
 Sanktionsmechanismus, 163
 satte Katze, 363
 Sättigungsmenge, 47, 139
 schlafendes Patent, 187
 Schmalensee-Salop-Modell, 258
 Schmalensees Ringdorf, 259
 Schoßhund, 363
 Schoßhund-Strategie, 256, 370
 Schumpeter, Joseph, 188
 schwaches Kätzlein, 373
 second-mover-Vorteil, 251
 selbstmörderischer Wolf, 367
 Selbstverpflichtung, 156, 353, 365
 self-fulfilling prophecy, 318, 323, 346
 Selten, Reinhard, 23
 Spiel, 23
 – reduziertes, 36
 – simultanes, 359
 – wiederholtes, 72
 – zweistufiges, 358
 spieltheoretische Wettbewerbsstruktur, 18
 Spieltheorie, 5, **21**
 Spillover, **211**
 staatlicher Eingriff, 38
 Stackelberg-Folger, 140, 146, 147

- Stackelberg-Führer, 140, 144, 146, 147, 161
- Stackelberg-Nash-Gleichgewicht, 143, 146
- Stackelberg-Wettbewerb, **140**
- Standardisierung, 326
- Standardisierungsgrad, 319
- Standardisierungswettbewerb, **311**
- Standort, 237
- Standortwettbewerb, **235**, 333
- start-up-Problem, 346
- Steuern, 110, 117, 120, 131, 161
- Stochastik des Innovationsprozesses, 194
- Straßendorf, 239, 242, 259, 268, 297, 319
- Strategie, 23, 25, 34
- dominante, **26**, 88, 168
 - dominierte, 30, 86
 - streng dominante, 27, 29, 168
- Strategiekombination, 28, 70
- Strategietaxonomie, **353**
- strategische Handelspolitik, 157, 250
- strategische Markteintrittsbarriere, 14
- strategische Unternehmensplanung, 6
- strategischer Effekt, 19, 133, 159, 207, 217, 221, 254, 290, 298, 301, 332, 341, 353, 357, 359, 360, 365, 369, 372
- strategisches Denken, 5
- strategisches Komplement, 196, 207, 248, **362**, 370
- strategisches Substitut, 129, 196, 207, **362**, 370
- strukturelle Markteintrittsbarriere, 14
- Stückkosten, 15, 53, 147
- Substitut, 10, 54, 345
- strategisches, 129, 196, 207, **362**, 370
- Subvention, 38, 131, 157–159, 161, 250
- Superspiel, 170
- SWOT-Analyse, 7
- tatsächlicher Wettbewerber, 5
- Taxonomie, **353**
- Teilspiel, 32–34
- Teilspielperfektheit, 18, 31, **32**
- Telekommunikationsmarkt, 46
- Tirole, Jean, 363
- tollwütiger Hund, 371
- Transaktionskosten, 38, 66
- Transportkosten, 157, 243, 263, 266, 298
- Überinvestition, 220, 359, 361, 363, 365, 372
- Überwälzung, 118
- Umhüllenden-Theorem, 358
- Umweltökonomik, 36
- Umweltschutz, 132
- unelastische Nachfrage, 47
- Unix, 314
- Unsicherheit, 31
- Unterinvestition, 359, 363
- Unternehmenspolitik, 316
- Unternehmensstrategie, 23, **353**
- unvollständige Information, 290, 306
- Variante, 236
- Variantenwettbewerb, **235**, 333
- Verbesserungsmöglichkeit, 28
- Verbundvorteil, 12
- Verhandlungsmacht, 11
- Verhandlungstheorie, 163
- Verkaufsstandort, 236, 237
- versunkene Kosten, 156, 353, 362
- vertikale Integration, 139
- vertikale Produktdifferenzierung
- Automobile, 237
- Vertrieb, 13
- VHS, 317
- Video 2000, 317
- vollständige Information, 298
- vollständige Konkurrenz, 107, 113, 189, 192, 207
- vollständige Reaktionsfunktion, 135
- von-hinten-Lösen, *siehe* Rückwärtsinduktion
- Walras, Léon, 125
- Wechselkosten, **65**, 75, 78, 317
- Wegelagerer am Rhein, 343
- Werbeausgaben, 289, 293, 307
- Werbefolger, 289, 304
- Werbeführer, 289, 304
- Werbekostensatz, 291, 298, 306
- Werbepolitik, 56, 294
- Werbeverbot, 306
- Werbewettbewerb, **287**
- Werbung, 288

- Werbungskosten, 290
- Wettbewerb, 5, 16
 - potentieller, 5
- Wettbewerber, 10
- Wettbewerbsgesetz, 169
- Wettbewerbsintensität, 271
 - beim Kompatibilitätswettbewerb, 322, 324, 325, 329
 - beim Variantenwettbewerb, 244, 246, 248
 - beim Werbewettbewerb, 293, 294
- Wettbewerbskraft, 7, 9, 57
- Wettbewerbslinie, 237
- Wettbewerbspolitik, 38, 224, 226, 227
- wiederholte Spiele, 72
- Wissensspillover, 211, 368
- Wohlfahrt, 158, 159, 189, 224, 258, 280
- Wohlfahrtstheorie, **110**
- Wohlfahrtsverlust, 114, **114**, 119, 120
- wohlwollender Diktator, 189, 207
- X-Ineffizienz, 57
- Zahlungsbereitschaft, 55, 103, 111, 113, 131, 241
- Zeitführer, 141
- Zeitführerschaft, 16, 141, 146, 160, 161, 279, 289
- Zwischenhändler, 108