

INHALTSÜBERSICHT

Inhaltsverzeichnis	VII
Vorwort	1
Teil I Einführung in die Spieltheorie	7
Kapitel 1 Die Spieltheorie im Unternehmenskontext	9
Kapitel 2 Theoretische Grundlagen der Spieltheorie	43
Teil II Anwendungen in einzelnen Gebieten der Betriebswirtschaftslehre	80
Kapitel 3 Corporate Governance	83
Kapitel 4 Finanzierung	135
Kapitel 5 Wirtschaftsprüfung	175
Kapitel 6 Unternehmensstrategie	219
Kapitel 7 Marketing	255
Kapitel 8 Zwischenbetriebliche Kooperationen	287
Kapitel 9 Produktion und Logistik	307
Kapitel 10 Innerbetriebliche Kooperation	351
Kapitel 11 Controlling	377
Teil III Grenzen der Spieltheorie	429
Kapitel 12 Die Bedeutung des institutionellen Umfelds	431
Kapitel 13 Allgemein bekannte, einseitige und eingeschränkte Formen der Rationalität	447
Kurzbiographien	475
Literaturverzeichnis	483
Index	531

INHALTSVERZEICHNIS

Inhaltsübersicht	V
Inhaltsverzeichnis	VII
Vorwort	1
I Einführung in die Spieltheorie	7
1 Die Spieltheorie im Unternehmenskontext	9
1.1 Einleitung	9
1.2 Die Grundelemente spieltheoretischer Modelle	10
1.2.1 Eigennutz und strategisches Verhalten	11
1.2.2 Die Rahmenparameter eines Spiels	14
1.3 Klassifikation und Modellierung spieltheoretischer Interaktionen	17
1.3.1 Informationsasymmetrien	17
1.3.2 Spiele in Normform	19
1.3.3 Spiele in extensiver Form mit vollständiger Information	21
1.3.4 Spiele mit unvollständiger Information	25
1.4 Anwendungen im Unternehmenskontext	30
Endnoten	40
2 Theoretische Grundlagen der Spieltheorie	43
2.1 Einleitung	43
2.2 Statische Spiele mit vollständiger Information	44
2.2.1 Die Normalform	44
2.2.2 Dominante Strategien	45
2.2.3 Iterative Elimination dominierter Strategien	46
2.2.4 Nash-Gleichgewichte	49
2.2.5 Gemischte Strategien in Normalformspielen	51
2.3 Statische Spiele mit unvollständiger Information	53

2.3.1	Die Normalform eines statischen Bayesianischen Spiels	54
2.3.2	Bayesianische Nash-Gleichgewichte	54
2.4	Spiele in extensiver Form mit vollständiger Informationen	56
2.4.1	Die extensiver Form	56
2.4.2	Der Strategiebegriff	59
2.4.3	Rückwärtsinduktion	60
2.4.4	Teilspielperfekte Gleichgewichte	64
2.4.5	Wiederholte Spiele	67
2.5	Spiele in extensiver Form mit unvollständigen Informationen	69
2.5.1	Sequenzielle Rationalität	70
2.5.2	Perfekt Bayesianische Gleichgewichte	72
2.5.3	Signalisierspiele	74
	Endnoten	77

II Anwendungen in einzelnen Gebieten der Betriebswirtschaftslehre 80

3	Corporate Governance	83
3.1	Einführung	83
3.2	Unvollkommene Märkte und Corporate Governance	87
3.2.1	Das neoklassische Unternehmen	87
3.2.2	Unvollkommene Märkte und Prinzipal-Agenten-Konflikte	89
3.2.3	Corporate Governance	94
3.3	Trittbrettfahrer, verschanzte Manager und Interessengruppen	96
3.3.1	Das Trittbrettfahrer-Problem	96
3.3.2	Managementverschanzung (Entrenchment) und Eigentümerkonzentration	101
3.3.3	Eigentümeridentität, Interessensvertreter (Stakeholder) und Minderheitsaktionäre	110
3.4	Wettbewerb auf Produktmärkten und Corporate Governance	116
3.5	Konvergenz von Corporate-Governance-Systemen?	123
3.6	Fazit	128
	Endnoten	129

4	Finanzierung	135
4.1	Definition unternehmerischer Finanzierungsmaßnahmen	135
4.2	Funktionen der Unternehmensfinanzierung	137
4.3	Formen der Verhaltensbeeinflussung	142
4.3.1	Verhaltensbeeinflussung der ersten Art (Spieldesign 1)	142
4.3.2	Verhaltensbeeinflussung der zweiten Art (Spieldesign 2)	
4.3.3	Verhaltensbeeinflussung der dritten Art (Spieldesign 3)	161
4.4	Fazit	170
	Endnoten	170
5	Wirtschaftsprüfung	175
5.1	Einführung	175
5.1.1	Spieltheorie und Wirtschaftsprüfung	175
5.1.2	Aufbau des Beitrags	178
5.2	Interdependenzorientierte Ansätze	180
5.2.1	Externe Prüfung	180
5.2.2	Interne Prüfung	191
5.3	Haftungsorientierte Ansätze	194
5.4	Quasirentenansätze	203
5.5	Disclosure-Ansätze	209
5.6	Schlussbemerkungen	212
	Endnoten	213
6	Unternehmensstrategie	219
6.1	Einleitung	219
6.2	Einige Grundlagen wettbewerbsstrategischer Analysen	221
6.2.1	Unternehmensstrategien im Wettbewerb – ein Überblick	221
6.2.2	Spieltheoretische Wettbewerbsstrukturen und reduzierte Gewinne	224
6.2.3	Eintrittszulassung, Eintrittsabschreckung und strategische Marginalanalyse	226
6.3	Strategie der Kostenführerschaft im homogenen Wettbewerb	229

6.3.1	Einführung	229
6.3.2	Eintrittszulassung	231
6.3.3	Eintrittsabschreckung	235
6.3.4	Zusammenfassung	236
6.4	Strategien der Produktdifferenzierung im heterogenen Wettbewerb	237
6.4.1	Einführung	237
6.4.2	Horizontale Produktdifferenzierung	239
6.4.3	Imagedifferenzierung durch Werbung	243
6.4.4	Vertikale Produktdifferenzierung	246
6.4.5	Zusammenfassung	249
6.5	Schlussbemerkungen	250
	Endnoten	251
7	Marketing	255
7.1	Einführung	255
7.1.1	Marketingbegriff	255
7.1.2	Spieltheorie im Marketing	256
7.1.3	Vorgehensweise	257
7.2	Preispolitik	258
7.2.1	Searching: Suche nach Qualität durch Inspektion	259
7.2.2	Signaling: Preis als Qualitätssignal	261
7.2.3	Preis-Promotions	266
7.3	Kommunikationspolitik	270
7.3.1	Signaling: Werbung als Qualitätssignal	271
7.3.2	Wettbewerb: Entscheidung über Budgetvolumen	273
7.3.3	Wettbewerb: Entscheidung über die zeitliche Struktur der Werbeausgaben	275
7.4	Produktpolitik	277
7.4.1	Wettbewerb um Einzelprodukte	277
7.4.2	Konkurrenz mit Produktgruppen	280
7.4.3	Markteintritt und innovative Produkte	281
7.5	Distributionspolitik	283

Endnoten	285
8 Zwischenbetriebliche Kooperationen	287
8.1 Einleitung	287
8.2 Warum gibt es Unternehmenskooperationen?	288
8.2.1 Abgrenzung von Unternehmenskooperationen	288
8.2.2 Gründe für Unternehmenskooperationen	289
8.2.3 Die Sichtweise der Theorie unvollständiger Verträge	290
8.3 Unternehmenskooperationen als Teamproblem	292
8.3.1 Grundgedanke	292
8.3.2 Wann kann sich ein Teamproblem in Unternehmenskooperationen stellen?	293
8.4 Ansatzpunkte zur Effizienzsteigerung von Unternehmenskooperationen	295
8.4.1 Langfristige Kooperationen mit unbekanntem Zeithorizont	295
8.4.2 Monitoring	296
8.4.3 Stochastische Signale über das Verhalten	297
8.4.4 Zusammenfassende Beurteilung	298
8.5 Der Beitrag der experimentellen Spieltheorie	299
8.6 Empirische Evidenz	301
Endnoten	302
9 Produktion und Logistik	307
9.1 Einleitung	307
9.2 Produktions- und Logistikkentscheidungen im Wettbewerb	309
9.2.1 Standortplanung	309
9.2.2 Technologiewahl und Kapazitätsplanung	312
9.2.3 Lieferservice Management	318
9.3 Konflikte und Kooperationen in Supply Chains	324
9.3.1 Preismanagement in der Logistikkette	325
9.3.2 Bestandsmanagement in der Logistikkette	329
9.3.3 Vertragsgestaltung in der Zuliefer-Abnehmer-Beziehung	334

9.4	Innerbetriebliche Koordination von Produktions- und Logistikaufgaben	341
9.4.1	Abstimmung zwischen funktionalen Bereichen	341
9.4.2	Dezentrale Produktionsplanung	344
9.5	Schlussbetrachtung	347
	Endnoten	348
10	Innerbetriebliche Kooperation	351
10.1	Einleitung	351
10.2	Nicht-kooperative Spieltheorie, Nicht-Kontrahierbarkeiten und Transaktionskosten	353
10.3	Das Trittbrettfahrer-Problem	355
10.4	Kooperation im statischen Spiel	357
10.4.1	Die Holmström-Lösung	357
10.4.2	Weitere Lösungsansätze	359
10.5	Kooperation im dynamischen Spiel	363
10.5.1	Kooperation bei offenem Horizont der Teammitglieder	363
10.5.2	Überlappende Generationen (OLG)	364
10.6	Organisationskultur	368
10.7	Schlussbemerkungen	370
	Endnoten	371
11	Controlling	377
11.1	Einleitung und Themenabgrenzung	377
11.2	Erfolgsmessung, Entlohnung und Anreize	379
11.2.1	Anreizkompatibilität und das Controllability-Prinzip	379
11.2.2	Lösung von Koordinationsaufgaben	381
11.3	Budgetierungsrechnungen	387
11.3.1	Offenlegungsprinzip und Partizipation	389
11.3.2	Budgetierung in zweistufigen Organisationen	394
11.3.3	Budgetierung in mehrstufigen Organisationen	398
11.4	Verrechnungspreise	401

11.4.1	Asymmetrische Information	402
11.4.2	Symmetrische Information und die Effizienz alternativer Verrechnungspreismechanismen	406
11.4.3	Interner Tausch und die Gleichgewichte auf Gütermärkten	418
	Endnoten	423
III	Grenzen der Spieltheorie	429
12	Die Bedeutung des institutionellen Umfelds	431
12.1	Einführung	431
12.2	Multiple Gleichgewichte	433
12.2.1	Konventionen/Fixpunkte	435
12.2.2	Auszahlungs-Dominanz versus Risiko-Dominanz	436
12.2.3	Erweiterungen des Spiels	437
12.3	Alles erklären – nichts verstehen: Freiheit der Modellstruktur	440
12.4	Schlussfolgerungen	443
	Endnoten	445
13	Allgemein bekannte, einseitige und eingeschränkte Formen der Rationalität	447
13.1	Einleitung und Überblick	447
13.1.1	Marktsoziologie oder Entscheidungslogik	447
13.1.2	Alternative Rationalitätsannahmen	448
13.2	Rationalität und Theoriegleichgewicht	449
13.2.1	Opportunitäten ergreifendes zukunftsgerichtetes Verhalten	449
13.2.2	Allgemein bekannte Rationalität	450
13.2.3	Theorien rationalen Spielens und Koordination	451
13.2.4	Spieltheoretischer Rat	453
13.3	Symmetrisch (bekannte) uneingeschränkte Rationalität	455

13.3.1 Allgemeine Rationalität	455
13.3.2 Gemeinsames Wissen um Rationalität	457
13.3.3 Widersprüchlichkeit von (allgemein bekannter) Rationalität?	458
13.3.4 Realitätsgehalt der Annahme allgemein bekannter Rationalität	462
13.4 Asymmetrisch (un-)eingeschränkter Rationalität	464
13.4.1 Von der Symmetrie zur Asymmetrie	464
13.4.2 Einseitig (un-)beschränkte Rationalität	469
13.5 Symmetrisch beschränkte Rationalität	469
13.6 Schlussbemerkungen	472
Endnoten	473
Kurzbiographien	475
Literaturverzeichnis	483
Index	531