

# Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis . . . . .	IX
Tabellenverzeichnis . . . . .	XI
Symbol- und Abkürzungsverzeichnis . . . . .	XV
<b>A Einleitung</b>	<b>1</b>
1 Hintergrund und Motivation . . . . .	1
2 Zielsetzung, Forschungsbeitrag und Methodik . . . . .	5
3 Aufbau der Arbeit . . . . .	7
<b>B Stand der Forschung und Positionierung der Arbeit</b>	<b>11</b>
1 Bertrand-Edgeworth-Oligopole mit exogenen Kapazitäten . . . . .	13
1.1 Theoretische Untersuchungen von Bertrand-Edgeworth-Oligopolen mit exogenen Kapazitäten . . . . .	13
1.2 Experimentelle Untersuchungen von Bertrand-Edgeworth-Oligopolen mit exogenen Kapazitäten . . . . .	16
2 Bertrand-Oligopole mit heterogenen Produkten . . . . .	19
2.1 Modellierung von Heterogenität in Oligopolen . . . . .	20
2.2 Experimentelle Untersuchungen von heterogenen Bertrand-Oligopolen . . . . .	22
3 Auswirkungen von Nachfrageeinbrüchen in Bertrand-Oligopolen	24
3.1 Theoretische Untersuchungen von Nachfrageänderungen in Bertrand-Oligopolen . . . . .	25
3.2 Experimentelle Untersuchungen von Nachfrageänderungen in Bertrand-Oligopolen . . . . .	27
4 Methoden zur Analyse von individuellem strategischem Verhalten in Bertrand-Oligopolen . . . . .	30
4.1 Analysen der individuellen Teilnehmerreaktionen in Bertrand-Oligopolen . . . . .	30
4.2 Strategieextraktion aus spieltheoretischen Experimenten	35
5 Positionierung und Stoßrichtung der Arbeit . . . . .	41

<b>C</b>	<b>Modellkonstruktion, experimentelle Datenerhebung und Hypothesenableitung</b>	<b>45</b>
1	Konstruktion des Oligopolmodells . . . . .	45
1.1	Anforderungen an das Oligopolmodell . . . . .	45
1.2	Definition des Marktmodells . . . . .	47
1.2.1	Anbieter . . . . .	47
1.2.2	Nachfrage . . . . .	49
2	Konzeption und Durchführung des Experiments . . . . .	60
2.1	Konzeption des Experiments . . . . .	60
2.1.1	Festlegung der Marktparameter . . . . .	61
2.1.2	Festlegung der Informationsstruktur . . . . .	64
2.1.3	Erfassung demographischer Größen . . . . .	69
2.1.4	Anreizsystem für die Teilnehmer . . . . .	70
2.2	Operative Durchführung des Experiments . . . . .	72
2.2.1	Auswahl und Koordination der Teilnehmer . . . . .	73
2.2.2	Operativer und technischer Aufbau des Experiments . . . . .	75
2.2.3	Ablauf des Experiments . . . . .	76
3	Ableitung der Hypothesen zum individuellen Teilnehmerverhalten . . . . .	77
3.1	Hypothesen zum Einfluss von Preisen zurückliegender Perioden . . . . .	79
3.2	Hypothesen zum Einfluss von Absätze zurückliegender Perioden . . . . .	83
3.3	Hypothesen zum Einfluss von Gewinnen zurückliegender Perioden . . . . .	86
3.4	Hypothesen zum Einfluss des Nachfrageeinbruchs . . . . .	89
<b>D</b>	<b>Auswertung und Interpretation der Ergebnisse</b>	<b>93</b>
1	Beschreibung des aggregierten Teilnehmerverhaltens . . . . .	93
1.1	Preisentwicklung und Preisentscheidung . . . . .	94
1.2	Erwirtschaftete Gewinne der Teilnehmer . . . . .	101
1.3	Auswirkungen des Nachfrageeinbruchs . . . . .	103
1.4	Zusammenfassung der Ergebnisse . . . . .	105
2	Hypothesenprüfung zum individuellen Teilnehmerverhalten mittels Panelregression . . . . .	107
2.1	Methodische Grundlagen . . . . .	107
2.1.1	Grundlagen der linearen Regression . . . . .	108
2.1.2	Lineare Panelmodelle . . . . .	110
2.1.3	Mögliche Probleme bei Regressionen und ihre Vermeidung . . . . .	115

2.1.4	Regressionen mit beschränkter abhängiger Variable . . . . .	117
2.1.5	Vorgehensweise bei der Modellerstellung . . . . .	119
2.2	Beschreibung der verwendeten Variablen . . . . .	120
2.3	Aufbau des Modells und Überprüfung der Hypothesen . . . . .	122
2.3.1	Einfluss von Preisen zurückliegender Perioden . . . . .	123
2.3.2	Einfluss von Absätzen zurückliegender Perioden . . . . .	129
2.3.3	Einfluss von Gewinnen zurückliegender Perioden . . . . .	133
2.3.4	Einfluss des Nachfrageeinbruchs . . . . .	136
2.4	Analyse des Gesamtmodells . . . . .	141
2.4.1	Interpretation des Gesamtmodells . . . . .	142
2.4.2	Güte des Gesamtmodells . . . . .	146
2.4.3	Robustheit des Gesamtmodells . . . . .	149
2.5	Zusammenfassung der Ergebnisse . . . . .	154
3	Strategieextraktion mittels Übergangsmatrizen . . . . .	157
3.1	Methodisches Vorgehen zur Strategieextraktion mittels Übergangsmatrizen . . . . .	157
3.1.1	Definition und Methoden zur Bestimmung von Übergangsmatrizen . . . . .	158
3.1.2	Verfahren zur Klassifizierung von Übergangsmatrizen . . . . .	161
3.2	Ergebnisse der Strategieextraktion . . . . .	166
3.2.1	Auswahl der Struktur der Übergangsmatrizen . . . . .	166
3.2.2	Klassifizierung und Interpretation der Cluster . . . . .	169
3.3	Zusammenfassung der Ergebnisse . . . . .	178
<b>E Abschließende Überlegungen</b>		<b>181</b>
1	Zusammenfassung und Zielabgleich . . . . .	181
2	Kritische Würdigung und Ausblick . . . . .	184
<b>F Anhang</b>		<b>189</b>
1	Experimentdurchführung . . . . .	189
1.1	Anleitung zum Experiment . . . . .	189
1.2	Darstellung der Bildschirminhalte während des Experiments . . . . .	191
2	Variablen . . . . .	194
2.1	Verzeichnis der Variablen . . . . .	194
2.2	Deskriptive Statistik der im Gesamtmodell verwendeten Variablen . . . . .	200

2.3	Korrelationsanalyse der im Gesamtmodell verwendeten Variablen . . . . .	200
3	Robustheit . . . . .	202
3.1	Robustheit bezüglich der exogenen Variablen . . . . .	202
3.2	Robustheit bezüglich der unterschiedlichen Teilnehmergruppen . . . . .	211
	<b>Literaturverzeichnis</b>	<b>213</b>