

Martin Minderlein

Markteintrittsbarrieren und Unternehmensstrategie

**Industrieökonomische Ansätze und eine
Fallstudie zum Personal Computer-Markt**

TECHNISCHE HOCHSCHULE DARMSTADT	
Fachbereich 1	
Gesamtbibliothek	
Betriebswirtschaftslehre	
Inv.-Nr.:	40.782
Abst.-Nr.:	A 12/1624
Sachgebiete:	1.2.2
	99.4

00 0262 39

DUV Deutscher Universitätsverlag
GABLER · VIEWEG · WESTDEUTSCHER VERLAG

INHALTSÜBERSICHT

Geleitwort	V
Vorwort	VIII
Inhaltsverzeichnis	X
Abbildungsverzeichnis	XV
Vorbemerkung zur Zielsetzung	1
1. Einführung und Gang der Untersuchung	2
2. Die Markteintrittsthematik: Ein inhaltlicher und methodischer Problemaufriß	22
3. Vom strukturalistischen zum strategischen Eintrittsbarrierenansatz	47
4. Die nationalökonomische Eintrittsbarrierenkontroverse: Zum Stellenwert rivalisierender Schulen für ein unternehmensstrategisches Eintrittsbarrierenkonzept	199
5. Zwischenergebnis: Schlußfolgerungen zum strategierelevanten Eintrittsbarrierenbegriff und Vorbemerkung zur empirischen Untersuchung	240
6. Barrieren und Strategien des Eintritts in den Personal Computer-Markt: Eine Fallstudie zu den Wettbewerbsnachteilen potentieller und neu eingetretener Konkurrenten	250
7. Schlußbemerkung: Zur (scheinbaren) Diskrepanz zwischen einer hohen Anbieterzahl und hohen Eintrittsbarrieren in der Mikrocomputerbranche	367
Abkürzungsverzeichnis	374
Zeitschriftenverzeichnis	375
Literaturverzeichnis	377

INHALTSVERZEICHNIS

Vorbemerkung zur Zielsetzung	1
1. Einführung und Gang der Untersuchung	2
2. Die Markteintrittsthematik: Ein inhaltlicher und methodischer Problemaufriß	22
2.1. Der Fall "U.S. gegen IBM": Divergierende Positionen in der Frage der Marktzutrittsbedingungen	22
2.2. Gesamtperspektive: Zum wohlfahrtsökonomischen Stellenwert der Marktzutrittsmöglichkeit	24
2.3. Einzelperspektive: Betriebswirtschaftliche Entscheidungsfelder des Marktzutritts im Spiegel der Managementliteratur	26
2.4. Zur Verknüpfung von Einzel- und Gesamtperspektive: Unternehmensstrategie und Industrieökonomik	29
2.5. Die Problemfelder einer unternehmensstrategischen Eintrittsbarrierenanalyse vor dem Hintergrund der Industrieökonomik	41
2.5.1. Wohlfahrtsökonomischer versus handlungstheoretischer Eintrittsbarrierenbegriff	41
2.5.2. Strukturelle versus strategische Eintrittsbarrierenkonzeption	45
3. Vom strukturalistischen zum strategischen Eintrittsbarrierenansatz	47
3.1. Das strukturalistische Eintrittsbarrierenkonzept: Ausgangspunkt (handlungs-)theoretischer Überlegungen	48
3.1.1. Strukturelle Markteintrittsbarrieren	49
3.1.1.1. Betriebsgrößenvorteile	49
3.1.1.2. Absolute Kostenvorteile	55
3.1.1.3. Produktdifferenzierungsvorteile	60
3.1.2. Eintrittssperrende Verhaltensweisen	68
3.1.2.1. Limit Pricing bei absoluten Kostenvorteilen	70
3.1.2.2. Limit Pricing bei Betriebsgrößensparnissen	71
3.1.2.3. Limit Pricing bei Produktdifferenzierungsvorteilen	74
3.1.3. Zusammenfassende Würdigung und strategierelevante Kritik am strukturalistischen Eintrittsbarrierenansatz	76

3.2.	Indeterminiertheit der Unternehmensstrategie versus struktureller Determinismus der Industrieökonomik?	79
3.2.1.	Ist der Eintrittssperrenpreis determiniert?	80
3.2.2.	Exogene Marktstrukturen und determiniertes Marktverhalten: Zu den Rahmenbedingungen des strukturalistischen Eintrittsbarrierenkonzeptes und den Konsequenzen des interdependenten Paradigmas	94
3.2.2.1.	Die Determinismusvorstellung des klassischen Industrial Organization-Paradigmas	95
3.2.2.2.	Zum Stellenwert struktureller Markteintrittsbarrieren im interdependenten Paradigma und im Konzept der Unternehmensstrategie	103
3.2.2.3.	Die Unterscheidung natürlicher und strategischer Eintrittsbarrieren als Folge der Endogenisierung der Marktstruktur	106
3.2.3.	Zwischenbetrachtung zur handlungstheoretischen Formulierung des Eintrittsverhinderungsproblems bei Bain	109
3.3.	Strategische Eintrittsbarrieren: Die Gestaltung der Eintrittsbedingungen durch Abschreckungs- und Vergeltungsmaßnahmen	113
3.3.1.	Angedrohte Vergeltungsmaßnahmen zur Einflußnahme auf Reaktionserwartungen	116
3.3.1.1.	Zur Glaubwürdigkeit und Wirtschaftlichkeit von Vergeltungsdrohungen: Die theoretische (Un-)Möglichkeit der Vergeltung	116
3.3.1.1.1.	Die Signaling-Konzepte: Kampf- und Limitpreise als Marktsignale bei unvollständiger, asymmetrischer Information	122
3.3.1.1.2.	Die Reputation-Modelle: Vergeltungskosten als Investition in einen "Ruf der Härte"	129
3.3.1.1.3.	Der Commitment-Ansatz: Bindende Verpflichtungen als strategische Asymmetrie in der pre-entry-Phase	136
3.3.1.2.	Zur Ausübung von Vergeltungsmaßnahmen während des Markteintrittsprozesses	150

3.3.1.3.	Zur Umsetzung der spieltheoretischen Erklärungsansätze in Handlungsempfehlungen bei Porter	153
3.3.2.	Abschreckungsmaßnahmen zur Erhöhung struktureller Barrieren	156
3.3.2.1.	Das Konzept des Raising rivals' costs	157
3.3.2.2.	Die Handlungsempfehlungen Porters zur Erhöhung struktureller Barrieren	164
3.3.3.	Die amerikanische Wegwerfwindelbranche im Jahr 1974: Ein Fallbeispiel Porters zu Abschreckungs- und Vergeltungsmaßnahmen	169
3.4.	Heterogene Unternehmensstrategien und das Konzept der strategischen Gruppen: Gruppenspezifische Mobilitätsbarrieren statt branchenweiter Eintrittsbarrieren	179
3.4.1.	Die Annäherung der Business Policy und der Industrial Organization in der Frage der Homogenität bzw. Heterogenität der Marktteilnehmer und Unternehmensstrategien	180
3.4.2.	Strategische Gruppen und Mobilitätsbarrieren in der Theorie der Gewinndeterminanten eines Unternehmens	189
3.4.3.	Mobilitätsbarrieren und das Konzept des stufenweisen Markteintritts	195
4.	Die nationalökonomische Eintrittsbarrierenkontroverse: Zum Stellenwert rivalisierender Schulen für ein unternehmensstrategisches Eintrittsbarrierenkonzept	199
4.1.	Das Spektrum konkurrierender Eintrittsbarrierendefinitionen	200
4.2.	Markteintrittsbarrieren in der Kontroverse zwischen der Harvard und der Chicago School	203
4.2.1.	Marktmacht versus Effizienz: Eintrittsbarrieren im Lichte divergierender Wettbewerbsdoktrinen	204
4.2.2.	Die Kritik der Chicago School an den einzelnen "angeblichen" Eintrittsbarrieren	213
4.2.3.	Schlußfolgerungen aus der Harvard-Chicago-Kontroverse für ein unternehmensstrategisches Eintrittsbarrierenkonzept	226
4.3.	Die Markteintritts- und Wettbewerbsanalyse der ökonomischen Expertenzeugen im Antitrust-Fall "U.S. vs. IBM": Ein Fallbeispiel	229

5. Zwischenergebnis: Schlußfolgerungen zum strategierelevanten Eintrittsbarrierenbegriff und Vorbemerkung zur empirischen Untersuchung	240
6. Barrieren und Strategien des Eintritts in den Personal Computer-Markt: Eine Fallstudie zu den Wettbewerbsnachteilen potentieller und neu eingetretener Konkurrenten	250
6.1. Strategische Gruppen und Mobilitätsbarrieren des Mikrocomputermarktes	251
6.1.1. Heterogene Strategien in der frühen Phase der Branchenentwicklung	251
6.1.2. Analyse zentraler Strategieunterschiede anhand der Porterschen Dimensionen der Wettbewerbsstrategie	254
6.1.2.1. Wahl des Vertriebsweges	255
6.1.2.2. Grad der Markenidentifikation	259
6.1.2.3. Zwischenergebnis: Die strategische Karte für den Kernbereich der Personal Computer-Branche	266
6.1.2.4. Spezialisierung, vertikale Integration und Dienstleistungen	268
6.1.2.5. Druck versus Sog	285
6.1.2.6. Kostenposition	287
6.1.2.7. Produktqualität	289
6.1.2.8. Beziehungen zum Gesamtunternehmen	290
6.1.2.9. Beziehungen zu Regierungen	292
6.1.3. Zusammenfassung der Gruppenprofile, Präzisierung der strategischen Karte und Bestimmung der Mobilitätsbarrieren	293
6.2. Art und Ausmaß struktureller Eintrittsbarrieren	303
6.2.1. Die Produktdifferenzierungsbarriere: Differenzierungs-nachteile neuer Wettbewerber	304
6.2.1.1. Nachteile bei der Hardwaredifferenzierung	304
6.2.1.2. Nachteile bei der Erfüllung sonstiger Kaufkriterien	306
6.2.1.3. Nachteile bei der Signalisierung eines Kundennutzens	307
6.2.1.4. Die Kosten der Differenzierung außerhalb des Industriestandards	311

6.2.1.5.	Differenzierungsnachteile der "Brand Identification-Clones"	314
6.2.2.	Absolute Eintrittsbarrieren	317
6.2.2.1.	Zugang zu Fachhandelskanälen	318
6.2.2.2.	Besitz von Produkttechnologien	329
6.2.2.3.	Zugang zu Hardwarekomponenten	337
6.2.2.4.	Verfügbarkeit von Komplementärprodukten	338
6.2.3.	Größenabhängige Kostennachteile	342
6.3.	Reaktionsbedingte Eintrittsbarrieren: Die Gefahr der Vergeltung durch bestehende Wettbewerber	344
6.3.1.	Das Branchenwachstum als Bestimmungsgröße der Vergeltungsgefahr	344
6.3.2.	Die Höhe der Austrittsbarrieren als Vergeltungsdeterminante	346
6.3.3.	Die Fähigkeit des Branchenführers zu einer effektiven Vergeltung	348
6.3.4.	Frühere Vergeltungsmaßnahmen als Indikator zu erwartender Reaktionen	353
6.4.	Abschließende Beurteilung der Höhe der Eintrittsbarrieren in den Mikrocomputermarkt	361
7.	Schlußbemerkung: Zur (scheinbaren) Diskrepanz zwischen einer hohen Anbieterzahl und hohen Eintrittsbarrieren in der Mikrocomputerbranche	367
	Abkürzungsverzeichnis	374
	Zeitschriftenverzeichnis	375
	Literaturverzeichnis	377