

Inhaltsüberblick

Geleitwort	5
Vorwort	7
Inhaltsverzeichnis	11
I Wachstum und Facetten des Electronic Commerce	23
Wachstum und Facetten des Electronic Commerce – Ökonomische Perspektiven unter besonderer Berücksichtigung des Internet-Banking <i>Thomas Burkhardt, Karl Lohmann</i>	25
II Elektronische Märkte, Internet-Banking und Intermediation	45
Merkmale und ökonomische Effekte elektronischer Märkte unter besonderer Berücksichtigung der Bankenmärkte <i>Peter Reus</i>	47
Automatisierte Verhandlungsführung und Mediation in elektronischen Märkten <i>Thomas Burkhardt</i>	83
Cyber-Intermediaries – Die neuen Dienstleister des 21. Jahrhunderts: Eine Rollen- und Wertschöpfungsorientierte Analyse <i>Walter Brenner, Claudia Schubert</i>	131
Organisation von Wertpapiermärkten unter dem Einfluß der I&K-Technik <i>Arnold Picot, Nicola Sennwald</i>	161
Internet- und traditionelle Zahlungssysteme im Vergleich <i>Friedrich Thießen</i>	201
III Sicherheit	233
Sicherheit im Internet-Banking <i>Stefan Baldi, Ann-Kristin Achleitner</i>	235
Subjektive Sicherheitsaspekte des Internethandels – eine amerikanische Perspektive <i>Norbert Mundorf, Lutz M. Kolbe</i>	287

IV Wettbewerbsstrategie und Marketing	303
Marketingaspekte neuer Technologien: Chancen für neue Marktformen oder Bedrohung aus dem Netz? <i>Hermann Locarek-Junge</i>	305
Das World Wide Web als Werbemedium für Banken <i>Burkhard Henn</i>	329
V Innovative Softwareanwendungen	359
Aktuelle Anwendungsfelder und Entwicklungsrichtungen intelligenter Software- agenten am Beispiel agentenbasierter elektronischer Marktplätze <i>Rüdiger Zarnekow</i>	361
Elektronische Kataloge: Objektorientierte Konzepte, praktische Erfahrungen und Entwicklungstendenzen <i>Thomas Burkhardt, Walter Griem, Olaf Kramer, Jürgen Rustemeyer</i>	389
Konzeptionelle Überlegungen zur Entwicklung und Ausgestaltung internetge- stützter Wertpapieranalyse-Tools <i>Marco Wilkens</i>	415
VI Recht	445
Rechtsprobleme der Internetnutzung <i>Gerhard Ring, Miroslav Gwozdz</i>	447
Autoren	513

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort	5
Vorwort	7
Inhaltsüberblick	9
I Wachstum und Facetten des Electronic Commerce	23
Wachstum und Facetten des Electronic Commerce – Ökonomische Perspektiven unter besonderer Berücksichtigung des Internet-Banking <i>Thomas Burkhardt, Karl Lohmann</i>	25
1 Einführung	25
2 Wachstum der geschäftlichen Bedeutung des Internet	27
3 Elektronische Märkte, Internet-Banking und Intermediation	32
4 Sicherheit	35
5 Wettbewerbsstrategie und Marketing	36
6 Innovative Softwareanwendungen	37
7 Recht	39
Literatur	40
II Elektronische Märkte, Internet-Banking und Intermediation	45
Merkmale und ökonomische Effekte elektronischer Märkte unter besonderer Berücksichtigung der Bankenmärkte <i>Peter Reus</i>	47
1 Einleitung	48
2 Märkte, Koordination und Informations- und Kommunikationstechnologie	48
3 Typologie elektronischer Marktsysteme und Marktphasenabgrenzung	51
4 Effizienzeffekte elektronischer Märkte	57
4.1 Abbau räumlicher und zeitlicher Friktionen	57
4.2 Reduktion der Marktinstallations- und -eintrittskosten	58
4.3 Reduktion von Informationsbeschaffungskosten und Abbau von Informationsasymmetrien	60
4.4 Substitution menschlicher Arbeitskraft und Verdrängung von Tauschmittlerinstitutionen	61
5 Aspekte elektronischer Märkte im Kreditgewerbe	62
5.1 Bankgeschäfte und elektronische Marktstrukturen	62

5.2	Zu erwartende Auswirkungen elektronischer Märkte für das Kreditgewerbe	66
5.2.1	Veränderte Distributionsstrukturen	67
5.2.2	Markteintritt leistungsstarker Spezialisten	69
5.2.3	Erhöhte Markttransparenz und verändertes Kundenverhalten	71
5.2.4	Zunehmende Marktrelevanz neuer Informationsintermediäre	74
6	Schlußbetrachtung	75
	Literatur	78
Automatisierte Verhandlungsführung und Mediation in elektronischen Märkten		
	<i>Thomas Burkhardt</i>	83
1	Einführung	84
2	Modellierung geschäftlicher Transaktionen und marktlicher Koordinationsmechanismen	87
2.1	Phasen einzelner Transaktionen	87
2.2	Grundsätzliche marktliche Koordinationsmechanismen	90
2.3	Koordinationsmechanismen und die Phasen einer Transaktion	93
2.4	Von der Transaktion zum Markt	93
3	Transaktionsunterstützende Internet-basierte Technologien	95
3.1	Elektronische Märkte: Technologien und deren Anwendung	95
3.2	Automatisierte Verhandlungsführung	99
3.3	Elektronische Auktionen	102
3.4	Intelligente Softwareagenten	106
3.4.1	Begriff und Bedeutung intelligenter Softwareagenten	106
3.4.2	Beispiele intelligenter Softwareagenten in elektronischen Märkten	109
3.4.3	Phasenorientierte Klassifikation von Agentensystemen	113
3.4.4	Klassifikation von Agentensystemen nach Koordinationsmechanismen	116
4	Transaktionskosten bei Verhandlungsführung und Mediation	118
4.1	Elemente der Transaktionskosten	120
4.2	Transaktionskosten bei alternativen Koordinationsmechanismen	121
4.3	Intermediation oder Disintermediation?	123
5	Zusammenfassung	124
	Literatur	126

Cyber-Intermediaries – Die neuen Dienstleister des 21. Jahrhunderts: Eine Rollen- und Wertschöpfungsorientierte Analyse

Walter Brenner, Claudia Schubert

131

1	Einleitung	132
2	Content und Cyber-Intermediaries	134
2.1	Definition von Content	134
2.2	Definition von Cyber-Intermediaries	137
2.3	Kategorien von Cyber-Intermediaries	141
3	Das Rollen-Modell	143
3.1	Definition und Zielsetzung	143
3.2	Überblick über das Rollen-Modell	144
3.3	Die Komponenten des Rollen-Modells	145
3.3.1	Primäre Anbieter	145
3.3.2	Kunden	146
3.3.3	Infrastruktur-Anbieter	147
3.4	Die Geschäftsbeziehungen des Rollen-Modells	148
3.4.1	Der Geschäftstyp Alpha	148
3.4.2	Der Geschäftstyp Beta	149
4	Das Wertschöpfungs-Modell	150
4.1	Definition und Zielsetzung	150
4.2	Die Wertkette primärer Anbieter	151
4.3	Die Wertkette der Cyber-Intermediaries	153
5	Zusammenfassung	155
	Literatur	156

Organisation von Wertpapiermärkten unter dem Einfluß der I&K-Technik

Arnold Picot, Nicola Sennwald

161

1	Organisation des Wertpapierhandels	162
1.1	Wertpapierhandel	162
1.2	Handelsphasen	164
1.3	Effizienz des Wertpapierhandels	165
1.3.1	Effizienzkriterium Transaktionskosten	165
1.3.2	Wirkungszusammenhang zwischen Transaktionskosten und Effizienzfaktoren	168

1.3.3	Informationseffizienz und Markttransparenz	168
1.3.4	Liquidität und Konsolidierung des Orderstromes	170
2	Die Automatisierung des Wertpapierhandels	172
2.1	Informationsphase	173
2.2	Orderroutingphase	175
2.3	Preisfeststellungsphase	176
2.4	Abwicklungsphase	179
2.5	Zusammenfassende Betrachtung	180
3	Börsenwettbewerb als Effizienztreiber	182
3.1	Automatisierungshemmnisse	182
3.2	Börsenwettbewerb	184
3.3	Funktionsfähigkeit des mehrschichtigen Börsenwettbewerbs	186
3.3.1	Funktionsfähigkeit des Börsenzugangswettbewerbs	186
3.3.2	Funktionsfähigkeit des Preisfeststellungswettbewerbs	189
3.3.3	Funktionsfähigkeit des Interbörsenwettbewerbs	189
3.3.4	Funktionsfähigkeit des Regulierungswettbewerbs	192
4	Schlußbemerkung	193
	Literatur	193
	Internet- und traditionelle Zahlungssysteme im Vergleich	
	<i>Friedrich Thießen</i>	201
1	Einleitung	202
2	Der Bedarf an Internetzahlungen	202
3	Der traditionelle Zahlungsverkehr von Nichtbanken	203
3.1	Überweisung	204
3.2	Lastschrift	206
3.3	Scheck	207
3.4	Kreditkartenzahlungen	209
3.5	Electronic Cash	211
3.6	Chipkarten	212
3.7	Die Bedeutung der einzelnen Instrumente	212
4	Varianten des Internetgeldes	213
4.1	Systematik der Instrumente	214

4.2	Digitales Bargeld	215
4.3	Kreditkartensysteme	218
4.4	Kundenkontensysteme	221
4.5	Geldkartensysteme	223
5	Ergebnisse	228
	Literatur	231
III	Sicherheit	233
	Sicherheit im Internet-Banking	
	<i>Stefan Baldi, Ann-Kristin Achleitner</i>	235
1	Einführung	237
1.1	Internet für Banken	237
1.2	Sicherheit und Risiko im Internet-Banking	239
2	Bedrohungen von Internet-Banking-Systemen	240
2.1	Grundbedrohungen	241
2.2	Bedrohungsverursacher	242
3	Basisverfahren	244
3.1	Kryptographische Verfahren	244
3.2	Digitale Signatur	247
3.3	Authentisierung mit Zertifikaten	248
4	Sicherheit in nicht vertrauenswürdigen Umgebungen	249
4.1	Kundenrechner	249
4.1.1	Gefahren durch die Verbindung zum Internet	250
4.1.2	Java-Applets	251
4.1.3	ACTIVEX-Steuerelemente	252
4.1.4	Webbrowser	253
4.2	Übertragungsweg	254
4.2.1	TCP/IP Protokollfamilie	254
4.2.2	Secure Socket Layer (SSL)	255
4.2.3	IP Version 6	256
4.3	Softwarelösungen	256
4.3.1	Eigenständiges Softwarepaket	257
4.3.2	HTML-Formulare	258

4.3.3	Plug-Ins	258
4.3.4	Java- oder ActiveX-Lösungen	259
4.4	Hardwarelösungen	260
4.4.1	Chipkarten	260
4.4.2	Erweiterte Sicherheitsumgebungen	261
4.5	Standards	261
4.5.1	HBCI	262
4.5.2	OFX	262
4.5.3	Finanzmanagement-Software	263
5	Sicherheit des bankinternen Netzwerkes	264
5.1	Sicherheitspolitik	264
5.1.1	Kriterien für eine Sicherheitspolitik	265
5.1.2	Reaktion bei Angriffen	266
5.1.3	Technischer Fortschritt	268
5.2	Firewalls	269
5.2.1	Paketfilter	271
5.2.2	Applikations-Gateways	272
5.2.3	Dual Homed Host	274
5.2.4	Screened Subnet	275
5.2.5	Bastion Host	276
5.3	Webserver	277
5.4	Audit Logs	278
5.5	Evaluation und Zertifikation	279
6	Zusammenfassung und Ausblick	280
	Literatur	281
	Subjektive Sicherheitsaspekte des Internethandels – eine amerikanische Perspektive	
	<i>Norbert Mundorf, Lutz M. Kolbe</i>	287
1	Einleitung	287
1.1	Elektronischer Handel	288
1.2	Demographie und Kaufverhalten	290
2	Aspekte der Sicherheit im elektronischen Handel	291
2.1	Subjektive Wahrnehmung von Sicherheit	291

2.2 Die Bedeutung des SET-Standards	294
3 Sicherheit aus Verbrauchersicht	295
4 Sicherheit aus Anbietersicht	297
5 Zusammenfassende Einschätzung	299
Literatur	300
IV Wettbewerbsstrategie und Marketing	303
Marketingaspekte neuer Technologien: Chancen für neue Marktformen oder Bedrohung aus dem Netz?	305
<i>Hermann Locarek-Junge</i>	
1 Einleitung	306
1.1 Bedrohung aus dem Netz?	306
1.2 Bankgeschäfte im Internet	307 X
2 Chancen oder Bedrohung?	309
2.1 Die Bedrohungslage	309
2.1.1 Internationale Bankenkonkurrenz	309
2.1.2 Homebanking-Angebote deutscher Banken	310 ✓
2.1.3 Deutsche Banken im Internet	313
2.1.4 Sicherheitsaspekte	317
2.2 Chancen für neue Marktformen?	319
2.2.1 Die Stärken der Filialinstitute	320
2.2.2 Die Stärken der Wettbewerber	322
2.3 Herausforderungen für das Marketing	323
3 Zusammenfassung	326
Literatur	327
Das World Wide Web als Werbemedium für Banken	329
<i>Burkhard Henn</i>	
1 Einleitung	329
2 Elektronische Märkte für Banken und Aussagen über die Bedeutung des World Wide Web als Werbeumfeld	330
2.1 Wachstums- und Erfolgspotentiale elektronischer Bankenmärkte	330
2.2 Aktuelle Bedeutung und Entwicklungsperspektiven des World Wide Web als Werbeumfeld für Banken	334

3	Ausgestaltung des Internet-Angebots von Banken und Möglichkeiten der Werbung für die Internet-Präsenz	336
3.1	Aufbau und Ausgestaltung des Internet-Angebots von Banken	336
3.2	Werbung für das Internet-Angebot von Banken	339
3.3	Werbemittelgestaltung und Werbeplatzierungen von Banken	341
4	Effizienzmessung für die Internet-Werbung von Banken	344
4.1	Ziele der Internet-Werbung von Banken und Begriff der Effizienzmessung	344
4.2	Ansatzpunkte einer quantitativen Effizienzmessung	347
4.3	Ansatzpunkte einer qualitativen Effizienzmessung	349
5	Zusammenfassung und Ausblick	351
	Literatur	352

V Innovative Softwareanwendungen 359

	Aktuelle Anwendungsfelder und Entwicklungsrichtungen intelligenter Softwareagenten am Beispiel agentenbasierter elektronischer Marktplätze <i>Rüdiger Zarnekow</i>	361
1	Einführung	361
2	Grundlagen intelligenter Softwareagenten	363
3	Anwendungsfelder intelligenter Softwareagenten	366
3.1	Informationsagenten	366
3.2	Kooperationsagenten	369
3.3	Transaktionsagenten	370
4	Agentenbasierte elektronische Marktplätze	372
4.1	Grundlagen und Architektur	372
4.2	Funktionalität der Agenten	375
4.2.1	Agentenschicht	375
4.2.2	Registrieragent	377
4.2.3	Verzeichnisagent	378
4.2.4	Anbieter- und Kaufagent	379
5	Personal Electronic Trader (PET)	382
6	Fazit	386
	Literatur	387

Elektronische Kataloge: Objektorientierte Konzepte, praktische Erfahrungen und Entwicklungstendenzen

Thomas Burkhardt, Walter Griem, Olaf Kramer, Jürgen Rustemeyer

	389
1 Einführung	390
1.1 Elektronische Kataloge und elektronische Märkte	390
1.2 Das elektronische Katalogsystem INKAS	391
1.3 Gang der Darstellung	393
2 Ziele und Strategien bei der Entwicklung elektronischer Kataloge	393
2.1 Anforderungen des Kunden	393
2.2 Anforderungen des Anbieters	394
2.3 Ziele und Strategien des Katalogherstellers	395
3 Objektorientierung und Datenhaltung	397
3.1 Was bedeutet Objektorientierung?	397
3.2 Objektorientierte versus relationale Datenhaltung	402
4 Konzeption und Realisation des Katalogsystems INKAS	403
4.1 Datenhaltung und Modellierung	403
4.2 Module	404
4.3 Systemarchitekturen und Zugriffsmedien	405
5 Praktische Erfahrungen und Entwicklungstendenzen	408
6 Zusammenfassung	411
Literatur	412

Konzeptionelle Überlegungen zur Entwicklung und Ausgestaltung internetgestützter Wertpapieranalyse-Tools

Marco Wilkens

	415
1 Einführung	415
2 Derzeitige Angebote im Internet	417
2.1 Überblick	417
2.2 Das Projekt "Interaktive Finanztitelbewertung im Internet" des IFBG	422
3 Technisch-konzeptionelle Aspekte bei der Erstellung von Angeboten zur Wertpapieranalyse im Internet	426
3.1 Technische Realisierungsmöglichkeiten sowie ihre Vor- und Nachteile	426
3.2 Konzeptionelle Aspekte	434
4 Kosten- und Nutzenüberlegungen aus der Sicht der Anbieter	437

5	Schlußbetrachtung	442
	Literatur	443
VI	Recht	445
	Rechtsprobleme der Internetnutzung	447
	<i>Gerhard Ring, Miroslav Gwozdz</i>	
1	Einleitung	449
2	Vertragsrecht	452
2.1	Überblick	452
2.2	Internationales Privatrecht (IPR)	453
2.3	Vertragsschluß	454
2.3.1	Rechtsbindungswille	455
2.3.2	Abgabe und Zugang	457
2.3.3	Zugangshindernisse	459
2.4	Die Einbeziehung von Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) in den Vertrag	462
2.4.1	Grundlagen	462
2.4.2	Einbeziehung beim Vertragsschluß im Internet	462
2.4.3	Nachträgliche Einbeziehung	463
2.5	Formerfordernisse	464
2.6	Verbraucherschutz	466
2.6.1	IPR	467
2.6.2	HaustürWG	469
2.6.3	VerbrKrG	471
2.6.4	Fernabsatz-Richtlinie	473
3	Urheber- und Leistungsschutzrechte	474
3.1	Überblick	474
3.2	Internationales Urheberrecht	477
3.3	Im Internet geschützte Werke	479
3.4	Arten der Verwertung im Internet	480
3.4.1	Vervielfältigung	480
3.4.2	Öffentliche Wiedergabe	483
3.5	Private Nutzung	484

3.6 Urheberpersönlichkeitsrechte	484
3.7 "Alte" Nutzungsverträge	485
4 Wettbewerbs- und markenrechtliche Aspekte im Internet	486
4.1 Überblick	486
4.2 E-mail-Werbung	488
4.3 Trennungsgebot von redaktionellem Teil und Werbung	488
4.4 Die Verwendung von Frames	490
4.5 Der Schutz der Internet-Domain	491
4.5.1 Die geschäftliche Nutzung von Internet-Domains	491
4.5.2 Die private Nutzung von Internet-Domains	492
4.5.3 Grenzüberschreitende Wettbewerbsverstöße	494
5 Homebanking und "electronic cash"	494
5.1 Überblick	497
5.2 Formbedürftige Bankgeschäfte	498
5.3 Überweisungsaufträge	499
5.4 Das Lastschriftverfahren	499
5.5 Kreditkartengeschäfte im Internet	500
5.6 Rechtsprobleme des Cybergeldes	504
5.7 Netzgeldgeschäfte als lizenzpflichtige Bankgeschäfte im Sinne des Kreditwesengesetzes	504
5.8 Weitere rechtliche Aspekte von Netzgeld	505
6 Resümee	505
Literaturverzeichnis	510
Abkürzungsverzeichnis	513
Autoren	