

Inhalt

1. ZIEL UND INHALT	13
2. ÜBERGREIFENDE ÖKONOMISCHE KONZEPTE ZU ECOMMERCE	13
2.1. Das makroökonomische Konzept: New Economy.....	13
2.1.1. Charakteristika, Methoden und Empirie.....	13
2.1.2. Auswirkungen der New Economy auf den Konjunkturzyklus	38
2.1.3. Die New Economy in Deutschland im Vergleich zu den USA und ausgewählten G-7-Ländern.....	42
2.2. Das industrieökonomische Konzept: Digitale Ökonomie	66
2.2.1. Industrieökonomische Charakteristika	68
2.2.2. Digitale Ökonomie und Nationalökonomik	82
2.2.3. Auswirkungen auf Unternehmensstrategien, Marktstrukturen und Wettbewerbspolitik.....	87
2.3. Zusammenfassung	99
3. ÖKONOMISCHE WIRKUNGSHYPOTHESEN ZU ECOMMERCE	105
3.1. Sind Wettbewerbsintensität und Markttransparenz im eCommerce besonders hoch?	106
3.1.1. Argumente für hohe Wettbewerbsintensität im eCommerce.....	107
3.1.2. Empirische Untersuchungsergebnisse zur Wettbewerbsintensität im B2C eCommerce.....	109

3.1.3. Argumente gegen hohe Wettbewerbsintensität im eCommerce.....	113
3.1.4. Zusammenfassung.....	127
3.2. Führt eCommerce zur Disintermediation und/oder Re-Intermediation? Sinken die Transaktionskosten?.....	129
3.2.1. Argumente für Disintermediation und deren Kritik	130
3.2.2. Argumente für Re-Intermediation	135
3.2.3. Zusammenfassung.....	139
3.3. Führt eCommerce zur Deterritorialisierung, Standortunabhängigkeit und Dekonzentration?	141
3.3.1. Globale und lokale eCommerce Strategien als Single- und Multi-Channel-Anbieter.....	141
3.3.2. Virtualisierung von Marktplätzen, Unternehmen und Konsumenten.....	144
3.3.3. Bedeutungswandel von Distanz und Größe	147
3.3.4. Zusammenfassung.....	153
3.4. Führt eCommerce zu einem Beschäftigungsschub?	154
3.4.1. Analytische Überlegungen zum Zusammenhang zwischen eCommerce und Beschäftigung	155
3.4.2. Empirische Ergebnisse zum Zusammenhang zwischen eCommerce und Beschäftigung	159
3.4.3. Zusammenfassung.....	164
3.5. Wirtschaftspolitische Herausforderungen durch eCommerce	165
3.5.1. Marktversagen und staatliche Markteingriffe.....	165
3.5.2. Herausforderungen in wirtschaftspolitischen Teilbereichen	167
3.5.3. Zusammenfassung.....	173
4. RESÜMEE.....	175
4.1. Makroökonomische Analyseergebnisse – Die New Economy	175

4.2. Industrieökonomische Analyseergebnisse – Die Digitale Ökonomie.....	178
4.3. Wirkungshypothesen zu eCommerce	179

LITERATUR.....	185
-----------------------	------------

VERZEICHNIS DER ABBILDUNGEN UND TABELLEN.....	205
--	------------

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS.....	209
-----------------------------------	------------