

# Inhalt

Vorwort 9

Einleitung 13

---

<b>1</b>	<b>Die Welt der Auktionen 19</b>
1.1	Die Geschichte der Auktionen 19
1.2	Elektronische Märkte 23
1.3	Die Entwicklung des Internethandels 24
1.4	Gefahren einer falschen oder fehlenden Internet-Strategie 25
1.5	Das E-Business-Konzept 28
1.6	Entstehung von Online-Auktionen 29
1.7	Dynamische Geschäftsbeziehungen 31
1.8	Wann sind Online-Auktionen sinnvoll? 34
1.9	Auktionen als Marketing-Werkzeug 39

---

<b>2</b>	<b>Auktionsarten 41</b>
2.1	Das Phasenmodell der Internet-Transaktion 41
2.1.1	Die Informationsphase 42
2.1.2	Verhandlungen im Internet 43
2.1.3	Die Abwicklung der Transaktion 46
2.2	Die Standard-Auktionsformen 47
2.2.1	Die Englische Auktion 47
2.2.2	Die Holländische Auktion 49
2.2.3	Die Geheime Höchstpreisauktion 51
2.2.4	Die Vickrey-Auktion 52
2.3	Andere Auktionsformen 53
2.3.1	Power-Group Buying 53
2.3.2	Der Basar-Stil 54
2.3.3	Auktion Verkehrt 55
2.3.4	Weitere Formen 55
2.4	Der Auktionsprozeß 56
2.4.1	Die Registrierung der Teilnehmer 58
2.4.2	Das Aufsetzen der Auktion 60
2.4.3	Der Versteigerungsprozeß 64

2.4.4	Die Bewertung der Angebote	67
2.4.5	Der Geschäftsabschluß	68
2.4.6	Der Fluch des Gewinners	69
<b>2.5</b>	<b>Vorteile von Online-Auktionen</b>	<b>70</b>
2.5.1	Einführung	70
2.5.2	Vorteilhafte Geschäftsabwicklung	71
2.5.3	Geringe Transaktionskosten	72
2.5.4	Lagerbestände online versteigern	73
2.5.5	Werkzeug zur Preisfindung	74
<b>2.6</b>	<b>Auktionsmodelle</b>	<b>75</b>
2.6.1	Einführung	75
2.6.2	Präferenzunsicherheit	76
2.6.3	Qualitätsunsicherheit	77
2.6.4	Das Milgrom-Weber-Modell	77
<b>2.7</b>	<b>Zeitliche Begrenzung</b>	<b>78</b>
<b>3</b>	<b>Geschäftsmodelle</b>	<b>81</b>
<hr/>		
3.1	Kundensegmente	81
3.2	Marktmodelle	84
3.3	Veränderung der Preisstrukturen im Internet	94
3.4	Analyse und Planung der Internet-Plattform	106
3.5	Die Umsetzung	114
3.6	Erfolgsfaktoren für Online-Auktionen	116
3.7	Wachstumschancen	121
<b>4</b>	<b>Internet-Rahmenbedingungen</b>	<b>125</b>
<hr/>		
<b>4.1</b>	<b>Rechtliche Grundlagen</b>	<b>125</b>
4.1.1	Gegensätzliche Rechtsfälle	125
4.1.2	Traditionelle Versteigerungen	127
4.1.3	Auktionen im anglo-amerikanischen Sprachraum	128
4.1.4	Internationalisierung der Gesetzgebung	130
4.1.5	Der Arbeitskreis Online-Auktionen	132
4.1.6	Betrugsfälle auf Auktionswebseiten	133
4.1.7	Die digitale Signatur	137
<b>4.2</b>	<b>Sicherheit im Internet</b>	<b>138</b>
4.2.1	Das öffentliche Netz	138
4.2.2	Pannen im Netz	139
4.2.3	Sicherheitsstrategien	142
4.2.4	Sichere Identifikation	144

- 4.2.5 Business-to-Business Security 148
- 4.2.6 Verschlüsselungsverfahren 148
- 4.2.7 Auktions-Viren 150
- 4.3 **Bezahlen über das Internet 152**
  - 4.3.1 Die gängigsten Zahlungssysteme 152
  - 4.3.2 Bezahlen im Consumer-to-Consumer-Bereich 153
  - 4.3.3 Business-to-Consumer-Zahlungssysteme 156
  - 4.3.4 Bezahlen bei Business-to-Business-Auktionen 157
- 4.4 **Internet-Logistik 158**
- 4.5 **Auktionsportale 161**

---

## **5 Lösungen für Online-Auktionen 163**

- 5.1 **Software-Produkte 163**
  - 5.1.1 AIT Commerce Suite 165
  - 5.1.2 Auctioneer 4 166
  - 5.1.3 Moai LiveExchange 167
  - 5.1.4 OpenSite Auction 168
  - 5.1.5 MM Enterprise Auction Server 172
  - 5.1.6 WEBtropolis AUCTIONnet 174
  - 5.1.7 Andere Software-Produkte 175
- 5.2 **Service-Lösungen 176**
- 5.3 **Lösungs-Architektur 180**
- 5.4 **Integration in andere Systeme 182**

---

## **6 Die Zukunft von Online-Auktionen 185**

- 6.1 **Neue Technologien 185**
- 6.2 **Neue Konzepte 193**
- 6.3 **Automatische Preisagenten 194**
- 6.4 **Mobile Auktionen 195**
- 6.5 **Auktions-Konfiguratoren 197**

---

## **7 B2B Exchanges 203**

- 7.1 **Business-to-Business 203**
  - 7.1.1 Einführung 203
  - 7.1.2 Arten von B2B-Handel 207
  - 7.1.3 Vorteile des B2B-Handels 209
  - 7.1.4 Einnahmequellen im B2B-Bereich 210
  - 7.1.5 Erfolgsfaktoren für B2B Exchanges 211

7.1.6	Mögliche Fallen	212
7.2	B2B-Anbieter	214
7.3	Erfolgstrategien für die Teilnahme an B2B Exchanges	221
7.4	Einkaufsgemeinschaften	223
<hr/>		
8	Beispiel-Implementierung einer Online-Auktion	227
8.1	Die Geschäftsidee	227
8.2	Software-Architektur	230
8.3	Implementierung	237
8.4	Marketing der Auktion	241
8.5	Die nächste Phase	243
<hr/>		
A	Internet-Adressen	247
<hr/>		
B	Strategien für Kunden von Online-Auktionen	253
<hr/>		
C	Glossar	263
<hr/>		
D	Online-Auktionen im Überblick	271
<hr/>		
	Index	291