

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	XI
Tabellenverzeichnis	XIV
Abkürzungsverzeichnis	XIV
Symbolverzeichnis	XVII
Zusammenfassung	XIX
Abstract	XXIII
1 Einleitung	1
1.1 Problemstellung	1
1.2 Aufbau der Arbeit	3
2 Elektronische Marktplätze	7
2.1 Definitiorische Abgrenzung	8
2.2 Industrieökonomische Relevanz	13
2.3 Strukturen elektronischer Marktplätze	20
2.3.1 Marktbereiche	20
2.3.2 Betreiberstrukturen	23
2.3.3 Marktausrichtung	26
2.3.4 Marktorganisationstypen	29
2.4 Markterwartungen	35
2.4.1 Entwicklungen	35
2.4.2 Erwartete Strukturen	38
2.5 Notwendige Voraussetzungen elektronischer Marktplätze	40
2.5.1 Technologische Bedingungen	41
2.5.2 Ökonomische Bedingungen	48
2.5.2.1 Intermediationsdienste	49
2.5.2.2 Kostensenkungspotenziale	61
2.6 Hinreichende Voraussetzung elektronischer Marktplätze	68

2.6.1	Teilnahmevoraussetzungen	68
2.6.2	Preissetzungsverhalten	72
3	Wettbewerb strukturell symmetrischer elektronischer Marktplätze	79
3.1	Zeitlicher Ablauf des Markteintrittsspiels	80
3.2	Wettbewerb neutraler Marktplätze	86
3.2.1	Modellstruktur	86
3.2.2	Modellanalyse	87
3.2.3	Modelldiskussion	94
4	Wettbewerb strukturell asymmetrischer elektronischer Marktplätze	97
4.1	Neutrale versus konsortienbasierte Marktplätze	98
4.1.1	Modellstruktur	99
4.1.2	Modellanalyse	99
4.1.2.1	Gewinnmaximierungskalkül	100
4.1.2.2	Preissetzungsstrategie	115
4.1.3	Modelldiskussion	122
4.2	Horizontale versus vertikale Marktplätze	126
4.2.1	Modellstruktur	127
4.2.2	Modellanalyse	135
4.2.2.1	Preissetzungsverhalten geschützter horizontaler Marktplätze	135
4.2.2.2	Wettbewerbsanalyse	144
4.2.3	Modelldiskussion	204
5	Schlussbetrachtung	213
5.1	Zusammenfassung und Fazit	213
5.2	Ausblick	221
	Anhang	225
	Literaturverzeichnis	235