

## Literaturverzeichnis

Akerlof GA (1970) The market for “Lemons”: quality uncertainty and the market mechanism. *Q J Econ* 84(3):488–500

Anderson C (2004) The long tail. *Wired* 10:170–177

Baumol WJ, Panzar JC, Willig RD (1982) *Contestable markets and the theory of industry structure*. Harcourt College Pub, New York

Brin S, Page L (1998) The anatomy of a large-scale hypertextual web search engine. *Comp Netw ISDN Syst* 30:107–117

Brynjolfsson E, Hu YJ, Smith MD (2006) From niches to riches: the anatomy of the long tail. *Sloan Manag Rev* 47(4):67–71

Chatterjee K, Samuelson W (1983) Bargaining under incomplete information. *Oper Res* 31:835–851

Che Y-K (1993) Design competition through multidimensional auctions. *RAND J Econ* 24(4):668–680

Coase RH (1960) The problem of social cost. *J Law Econ* 3:1–44

Coase RH (1972) Durability and monopoly. *J Law Econ* 15(1):143–149

Domowitz I (1993) Automating the continuous double auction in practice: automated trade execution systems in financial markets. In: Friedman D, Rust J (Hrsg) *The double auction market—institutions, theories, and evidence*. Proceedings of

the workshop on double auction markets, Massachusetts, pp 27–60

Glöggler M (2003) Suchmaschinen im Internet. Springer, Berlin

Hotelling H (1929) Stability in competition. *Econ J* 39(153): 41–57

ISC (2010) Internet Systems Consortium, <https://www.isc.org/solutions/survey/history>

Klemperer P (1999) Auction theory: a guide to the literature. *J Econ Surv* 13(3):227–286

Leininger W, Linhart PB, Radner R (1989) Equilibria of the sealed bid mechanism for bargaining with incomplete information. *J Econ Theory* 48:63–106

McAfee RP, McMillan J (1987) Auctions and bidding. *J Econ Lit* 25(2):699–738

McAfee RP, McMillan J (1989) Government procurement and international trade. *J Int Econ* 26:291–308

McMillan J, Rothschild M (1994): Search. In: Aumann RJ, Hart S (Hrsg) *Handbook of game theory 2*. Elsevier Science, Amsterdam, pp 906–912

Milgrom P, Weber RJ (1982) A theory of auctions and competitive bidding. *Econometrica* 50:1089–1122

Myerson RB, Satterthwaite MA (1983) Efficient mechanisms for bilateral trade. *J Econ Theory* 29:265–281

Ockenfels A (2003) Reputationsmechanismen auf Internet-Marktplatzformen. *Z Betriebswirtschaft* 73(3):295–315

Peters R (1997) The stability of networks: an evolutionary approach to standardization. *EURAS Yearb Stand* 1:347–356

---

Peters R (2002) Elektronische Märkte – Spieltheoretische Konzeption und agentenorientierte Realisierung. Springer/Physika Verlag, Heidelberg

Peters R, Reitzenstein I (2008) Robuste Reputationssysteme auf Elektronischen Märkten, Multikonferenz Wirtschaftsinformatik (MKWI), 2008

Reed DP (2010) That sneaky exponential—beyond Metcalfe’s law to the power of community building <http://www.reed.com/dpr/locus/gfn/reedslaw.html>

Resnick P, Zeckhauser R (2002) Trust among strangers in internet transactions: empirical analysis of eBay’s reputation system. In: Baye MR (Hrsg) The economics of the internet and E-commerce 11. Elsevier Science, Amsterdam, pp 127–158

Resnick P, Zeckhauser R, Swanson J, Lockwood K (2006) The value of reputation on eBay: a controlled experiment. *Exp Econ* 9(2):79–101

Roth AE, Ockenfels A (2002) Last-minute bidding and the rules for ending second-price auctions: evidence from eBay and amazon auctions on the internet. *Am Econ Rev* 92(4):1093–1103

Rustichini A, Satterthwaite MA, Williams SR (1994) Convergence to efficiency in a simple market with incomplete information. *Econometrica* 62:1041–1063

Smith CW (1990) Auctions—the social construction of value. University of California Press, Berkeley

Thiel SE (1988) Multidimensional auctions. *Econ Lett* 28:37–40

Tirole J (2003) The theory of industrial organization, 14. Aufl. The MIT Press, Cambridge

Vickrey W (1961) Counterspeculation, auctions, and competitive sealed tenders. *J Finance* 16:9–37

Weber RJ (1983) Multiple-object auctions. In: Engelbrecht-Wiggans R, Shubik M, Stark RM (Hrsg) Auctions, bidding and contracting: uses and theory. New York University, New York, pp 165–191

Wilson R (1985a) Incentive efficiency of double auctions. *Econometrica* 53:1101–1115

Wilson R (1985b) Reputation in games and markets. In: Roth AE (Hrsg) Game-theoretic models of bargaining. Cambridge University Press, Cambridge, pp 27–62

Wilson R(1992) Strategic analysis of auctions. In: Aumann RJ, Hart S (Hrsg) Handbook of game theory 1. Elsevier Science, Amsterdam, pp 227–279

# Sachregister

## A

Absatzverlust 29, 45, 46  
Allmende Problem 55, 56, 58  
Änderbarkeit 3, 4, 6, 121  
Angebotsfunktion 13, 14  
Anonymität 63, 65, 66, 69, 72,  
73, 76–79, 165  
Anreizkompatibilität 64, 69, 73  
Apple iTunes 26–28, 30, 33  
Application Service Providing 7  
Arbitrage-Problem 67, 68, 74  
Audio on Demand 31  
Audio Streaming 30  
Auktionen 127, 128, 130, 135,  
137–143, 145–149, 153–155,  
157–159, 161  
Auktionsplattformen 127, 128,  
132, 137, 141–143, 154, 155,  
158, 159, 161, 172, 178  
Autarkiewert 35, 39, 43, 44, 60  
Automatisierung 3, 88, 90, 100,  
127, 154, 155, 159

## B

Bad Mouthing 174  
Ballot Stuffing 174  
BargainFinder 109  
Bayes-Nash Gleichgewicht  
134, 138  
Benchmark Model 135–138,  
146, 147  
Bertrand Modell 16, 108, 111,  
118

Bertrand Paradox 107–109  
Bertrand Wettbewerb 106, 109,  
111, 112, 118  
Betrugskalkül 166, 167, 177  
Bietagenten 154, 155, 157–159,  
162  
Bieterkartelle 139, 141  
Bietgruppen-Agenten 155, 156,  
159  
Bilaterale Kommunikation 40  
Blinde Suche 82  
Blindtexte 99  
Broadcast Anwendungen  
40–43  
Browser War 53  
Bundesdatenschutzgesetz 77

## C

Checker 93  
Clearing House 150  
Click Popularity 96  
Click Stream 67, 68, 75  
Client-Server-Architektur 36  
Cloaking 99  
Coase Conjecture 20–23  
Coase Theorem 56, 57  
Common Knowledge 136  
Common Value Modell 136,  
137  
Contestable Markets 16  
Continuous Double Auction  
152  
Crawl Strategie 93

**D**

Datenschutz 11, 66, 76, 77, 80, 95  
 Deadweight Loss 16, 65, 66  
 Digital Rights Management 25–27, 30, 33, 68  
 Digitale Bücher 3  
 Digitale Dienstleistungen 3, 6, 17  
 Digitale Güter 1, 3, 4, 17, 121–123  
 Digitale Waren 2, 4–6, 12, 18  
 Digitalisierung 1, 2, 6, 7, 12, 14, 15, 23, 30, 32, 114  
 Directory Mozilla 90, 101  
 Diskontfaktor 19, 20, 86, 87, 113, 114, 125, 166, 167, 177  
 Dominante Strategien 112, 132–134, 142, 147, 152  
 Doorway Pages 99  
 Doppelte Auktionen 149  
 Dotcom-Blase IX  
 Durable Good 5  
 Durchschnittskosten 12–16

**E**

Einfache Auktionen 128, 135, 145  
 Englische Auktion 130, 131, 133, 138, 144, 155, 158  
 Erfahrungsgüter 6  
 Experten Rating 168

**F**

FairPlay 26–28  
 Feste Bündel 72  
 Filesharing 24  
 First Copy Costs 3  
 First Mover Advantage 50, 52  
 Fixkosten 3, 4, 6, 12, 15, 17, 89, 90, 106, 107, 111, 112  
 Free Riding 54, 55, 61

**G**

Gatherer 93  
 Gefangenendilemma 112  
 Gesamtkursermittlung 150, 162

Globalisierungsmöglichkeiten 4  
 Grenzkosten 12, 75

**H**

Holländische Auktion 130, 131, 134, 135, 144  
 Hotelling Gesetz 120  
 Hotelling Modell 116–121, 123  
 HTTP-Cookies 67, 78  
 Hyperlinks 92, 93, 96

**I**

Ideales digitales Gut 6, 17, 28, 60, 65, 73  
 Independent Private Value Modell 136  
 Index Lag 89  
 Indizierung 89–92, 100, 101  
 Information Overflow 87  
 Information Retrieval System 92, 93  
 Informationelle Selbstbestimmung 76, 95  
 Informationshandel 139, 142–144  
 Informations-Problem 67  
 Installed Base 50, 53  
 Internalisierung 56, 58  
 Internet Service Provider 70  
 Intertemporale Preisdifferenzierung 45  
 Invertierter Index 93

**K**

Kapazitätsrestriktionen 3, 4, 106, 108  
 Kartellbruch 111, 112, 114, 141  
 Keyword Advertising 100, 128  
 Keyword Stuffing 99  
 Klassische Auktionsformen 130, 131  
 Kollaboration 88–90  
 Kompatibilität 35, 46–50, 52, 53, 61  
 Konsumentenrente 16, 29, 63–66, 71–76, 79

- Kontraktoptimierung 145, 147,  
148, 153, 154  
Kopierbarkeit 23, 25, 27–30,  
33, 45, 46  
Kopierbarkeitsmehrwert  
29, 45  
Kostenfunktion 6, 12–16,  
75, 161  
Kostenstruktur 4, 12, 14, 63,  
89, 106
- L**  
Lemons Market 165  
Link Farms 99  
Link Popularity 98  
Loader 93  
Lock-In Effekt 50, 121, 171  
Long Tail 116, 122, 123,  
126, 128
- M**  
Markteintrittsbarrieren 16,  
48–50, 52, 111, 171  
Marktgleichgewicht 13–15, 32,  
117, 118  
Mass Customization 4, 116,  
120–123, 126  
Medianwähler Theorem 119  
Mehrfache Transaktionen  
145, 146  
Meta-Suchmaschinen 91, 101,  
102  
Metcalfe's Law 40, 41  
Monopolbildung 12, 15, 46  
Monopolist 15–19, 21, 22, 28,  
29, 33, 43–45, 48, 49, 60, 61,  
63–75, 79, 107, 110, 111, 115  
Monopolpreis 71, 73, 79  
Moral Hazard 164, 165, 177  
Multidimensionale Auktionen  
153  
Multidimensionale Bietagenten  
156
- N**  
Nachfragefunktion 13–15, 18,  
32, 65, 71, 74, 75, 117  
Natürliche Monopole 15, 89,  
106  
Netzwerkeffekte 16, 35, 36, 43,  
46–49, 54, 63, 159  
Netzwerkexternalitäten 54–56,  
58, 60  
Netzwerküter 35, 36, 43–47,  
54–56, 60  
Netzwert 39–43, 55
- O**  
Offene Standards 52  
Onlineshops 7, 63, 67–69, 91,  
105, 109, 115, 120, 121, 124,  
125, 169  
Open Directory Project 100  
Open Outcry Auction 152  
Optimal Stopping Rule 84–86,  
103  
Optimale Auktionen 135
- P**  
Page Rank Verfahren 96–98,  
104, 169  
Payed Placement 100  
Peer Rating 168, 174  
Peer-to-Peer-Netzwerke  
37, 171  
Penetrationsstrategie 45, 50  
Perfekte Preisdifferenzierung  
64, 65, 67, 75  
Phantomgebote 139, 143, 144,  
155  
Portable Document Format  
39, 53  
Präferenzoffenbarung 133, 134,  
147, 152  
Preisabsprachen 110–114, 125  
Preisdifferenzierung 17, 63–70,  
72–76, 79, 80, 116, 121

- Preisdumping 4  
 Preisführerschaft 109  
 Preiskampf 105, 107, 110–113,  
 115, 118, 121  
 Preissetzung 17, 43, 44, 64, 68,  
 74, 75, 111  
 Preissuchmaschinen 91, 105,  
 107–109, 115  
 Preisüberwachung 115  
 Pretty Good Privacy 170  
 Produktdifferenzierung 70, 74,  
 109, 110, 115, 116, 118,  
 120–123, 125  
 Proprietäre Standards 53
- Q**
- Query Processor 94, 95
- R**
- Rachebewertungen 172  
 Rank Source 96, 98, 104  
 Ranking 95, 98, 103, 104  
 Raubkopien 5, 23–25, 45,  
 46, 60  
 Reaktionsfunktionen 97, 106,  
 117, 118  
 Reed's Law 40, 41  
 Reproduzierbarkeit 3, 5, 6, 23  
 Reputationsfunktion 169  
 Reputationsysteme 163, 165,  
 167, 170, 173, 175–178  
 Request for Comments 52  
 Rest on the Laurels 173, 174,  
 178  
 Revenue Equivalence Theorem  
 137, 138, 146, 147  
 Richness versus Reach 105  
 Robot System 92, 93, 99
- S**
- Sanktionierungsfunktion  
 166, 173  
 Sarnoff's Law 40, 41  
 Search Engine Optimization 98
- Search Engine Spamming  
 99, 100  
 Segmentierung 64, 74, 75, 79  
 Selbstdatenschutz 77, 80  
 Selbstselektion 64, 68, 69, 79  
 Sequential Auctions 146  
 Service Level Agreement 8, 10  
 Shadow of the Future 166  
 Signalisierungsfunktion 166  
 Simultaneous Auctions 146  
 Skimming 19, 20, 70  
 Sniping 131, 132, 154, 158, 161  
 Software as a Service 7  
 Software on Demand 8, 10, 11,  
 17, 22, 32  
 Spamming 54, 98  
 Standardisierung 10, 52  
 Stationarität 85, 86  
 Statische Suchstrategie 83  
 Subadditive Kostenfunktion 15  
 Subventionstrategie 51  
 Suchgüter 5  
 Suchkosten 81–83, 86, 88,  
 100, 105  
 Suchmaschinen 78, 90–95,  
 98–102, 128  
 Suchprozesse 86, 88, 122  
 Switching Costs 50  
 Sybil Attack 174, 175  
 Synchronisationswert 35, 39,  
 54, 60
- T**
- Tauschbörsen 24, 28, 30  
 Term-Frequency Wert 95  
 Transaktionskosten 57, 58, 67,  
 68, 127, 145  
 Transaktionskosten-Problem 67  
 Trigger-Strategie 113, 125, 141  
 Trittbrettfahrer-Problematik  
 172  
 Trusted Third Party 142, 143,  
 177  
 Two-Part Tarif 70–73, 79



**U**

Überlastung 35, 43, 45, 55, 56  
Uninformierte Suche 82  
Uno-Actu-Prinzip 1, 2, 4  
URL-Datenbank 93  
Utility Computing 11

**V**

Variable Kosten 4, 15, 16, 89  
Variable Stückkosten 6, 12, 32,  
44, 56, 65, 70, 76, 106–108,  
116, 117, 126  
Verdeckte Erstpreisauktion  
130, 131, 135, 144  
Verschleißfreiheit 3, 6, 17, 18, 69  
Vertrauensgüter 6  
Vertrauensspiel 164, 166  
Vickrey Auktion 130, 133, 135,  
138, 142–144, 147, 152, 158

Video on Demand 21, 30

Video Streaming 30

Virtuelle Gemeinschaften 40

Volkszählungsurteil 76, 77

Vollständige Konkurrenz 12

Volltextindizierung 93

**W**

Web Crawler 93

Web Directory 100

Web of Trust 170

Webkataloge 88–91, 100, 102

Wechselkosten 50, 51, 171

Wiederverwendung 88, 90

Winners Curse 136, 161

Wohlfahrtsverlust 16, 56, 65

**Z**

Zerlegung 88–92