

# Sachregister

## A

Absatzmittler, 370  
Abwicklungskosten, 55  
Abwicklungsphase, 54, 57  
Adapter, 221  
Adoptergruppen, 192  
Adoption, 190  
Adoptionstheorie, 189  
Adoptionsverlauf, 190  
Adverse Selektion, 63, 90  
Affiliate-Programm, 267  
After-Sales-Phase, 54  
Agenten, 23, 89, 323  
Allmendegut, 135, 139  
Anbahnungskosten, 55  
Anbietermodell, 27  
Anonymität, 72  
Arthur's Gesetz, 3  
Aufdeckungswahrscheinlichkeit, 70  
Aufmerksamkeit, 126, 131, 132, 384, 405  
Aufmerksamkeitsökonomie, 130  
Auktion, 23, 326  
Auktionsmechanismus, 328  
Ausschließbarkeit, 134  
Ausschreibung, 23

## B

Baligh-Richartz-Effekt, 367  
Basisnutzen, 169, 184  
Bass-Modell, 193  
Benutzerschnittstelle, 22  
bestreitbare Märkte, 246, 248  
Bewertungsprofil, 79  
Black-Board-Architektur, 321

Blogssponsoring, 296  
Börse, 24  
Break Even Punkt, 117  
Broker, 322  
Brokersysteme, 322  
Bundling, 349  
Business to Business, 20  
Business to Consumer, 20  
Business Web, 221

## C

Chicken-and-Egg-Problem, 32  
Churn-Rate, 280  
Commerce-basierte Geschäftsmodelle, 263  
common value Auktionen, 327  
Community, 301, 303, 305  
Community Value Creation Index, 305  
Connection-basierte Geschäftsmodelle, 265  
Content-basierte Geschäftsmodelle, 263  
Context-basierte Geschäftsmodelle, 265  
Conversion-Rate, 279  
Cookies, 289  
Coopetition, 220, 221  
Co-Shopping, 336  
Customer Driven Pricing, 337  
Cyberintermediation, 372, 373, 378

## D

DART-Modell, 271  
Data Mining Prozess, 291  
Daten, 127  
Datenklau, 307

Dealer, 323  
 Dealer-Systeme, 324  
 De-facto Standard, 210  
 De-jure Standard, 210  
 Demeritorische Güter, 136  
 derivativer Nutzen, 170  
 Diffusionsgeschwindigkeit, 193  
 Diffusionskurve, 194  
 Diffusionstheorie, 189, 192  
 Digital Rights Management, 142, 158, 389  
 Digital Rights Management Systeme, 142  
 digitale Güter, 9, 109, 112, 339  
 digitale Musik, 383  
 digitale Wertschöpfung, 111, 255, 402  
 Direct search - Struktur, 320  
 direkte Erlöse, 262  
 direkte Netzeffekte, 170  
 Disintermediation, 370, 371, 376, 377, 380  
 Disintermediations-Matrix, 380  
 disruptive Technologie, 394  
 Dominokunde, 31

**E**

Eigentumsrechte, 145, 150  
 Einstellungssakzeptanz, 269  
 elektronische Auktionen, 328  
 elektronische Katalogsysteme, 322  
 elektronische Wertschöpfung, 267  
 elektronischer Markt, 19, 34, 35  
 Empfehlungssysteme, 386, 387  
 englische Auktion, 330  
 Erfahrungseigenschaften, 61, 340  
 Erlebnisgüter, 119  
 Erlös-Äquivalenz-Theorem, 335  
 Erlösformen, 261  
 E-Shop, 21  
 Evolutionsstrategie, 201  
 excess inertia, 222, 228  
 excess momentum, 223, 228

**F**

Falschinformation, 70  
 Feedback-Effekte, 118, 245  
 Filesharing, 391  
 First Copy Costs, 106, 115, 123, 269, 346  
 First-Hand-Markt, 152, 154, 155  
 First-Mover Vorteil, 188, 215  
 Fit costs, 85  
 fixiertes Preissystem, 321  
 Flatrate-Tarife, 343  
 Fluch des Gewinners, 327

Follow the Free, 123, 125  
 Free Economy, 405  
 Free Lunch Mentalität, 125  
 Freeriding, 305, 390, 391  
 Freie Software, 137

**G**

Gebundenheitsstrategie, 280  
 Gefangenendilemma, 217, 391  
 Geschäftsmodelle, 260, 388  
 Geschäftsmodelltypen, 261  
 geschlossene Marktplätze, 26  
 geschlossene Standards, 210  
 Gilder's Gesetz, 2  
 Gleichgewichtskorridor, 33  
 Google-Ökonomie, 249  
 Grenzertrag, 3  
 Grenzkosten, 115

**H**

Hidden action, 64  
 Hidden characteristics, 63  
 Hierarchie, 47  
 hierarchische Standardisierung, 210  
 Hold Up, 64  
 holländische Auktion, 331  
 horizontale Kompatibilität, 172  
 horizontale Marktplätze, 26  
 Huntley's Gesetz, 2

**I**

Illegalität, 158  
 Imitation, 147, 148, 150  
 Imitationskoeffizient, 193  
 Immaterialität, 65  
 increasing returns, 3, 107, 118, 225  
 Indirekte Erlöse, 263  
 indirekte Netzeffekte, 170  
 Individualität, 260  
 Information-overload, 23, 44, 45, 127  
 Informationsasymmetrien, 57, 60, 74, 326, 402  
 Informationsgüte, 68  
 Informationsgüter, 106, 119  
 Informationsökonomie, 60  
 informationsökonomisches Dreieck, 62  
 Informationsparadoxon, 119  
 Informationsphase, 54, 56  
 Informationsrisiko, 66  
 Informationsstrategien, 69  
 Inkompatibilität, 175

Innovationen, 146, 147, 148, 149  
 Innovationskoeffizient, 193  
 installierte Basis, 170, 171, 173, 235  
 Integrationseffekt, 45  
 Integrität, 114  
 interaktives Fernsehen, 258  
 Interaktivität, 65, 259, 294, 295  
 Intermediäre, 23, 27, 87, 89, 95, 174, 322,  
 367, 375, 376, 377, 401  
 Intermediation, 367  
 Internet-Ökonomie, 6, 250, 406

## K

Kaufakt, 270, 271  
 Käuferzufriedenheit, 284  
 Klubgut, 135  
 Kommunikationseffekt, 45  
 Kompatibilität, 172, 201, 227, 229  
 komplementäre Güter, 114  
 Kondratieff-Zyklus, 1  
 kontrollierter Wechsel, 202  
 kooperative Standardisierung, 218  
 Koordination, 47  
 Kopiertechnologien, 152, 153, 155  
 kritische Masse, 34, 188, 195, 196, 197,  
 224, 227, 271, 403  
 Kundenbeziehungskonstrukt, 281, 282  
 Kundenbindungsrate, 280  
 Kundenlebenswert, 278  
 Kundenprofil, 288, 289, 291, 403  
 Kunden-Schnittstelle, 282  
 Kundentreue, 285  
 Kuppelprodukte, 120

## L

Link-Ökonomie, 249  
 Lizenzen, 147, 149  
 Lizenznehmerstrategie, 215  
 Lock-In, 9, 201, 235  
 Lock-In-Effekt, 108, 226, 231, 235,  
 341, 389  
 Logfile-Analyse, 288  
 Long Tail, 384, 387, 389

## M

Make-or-Buy Entscheidung, 50  
 Maklereffekt, 45  
 Makler-Modell, 28  
 Many-to-Many-Kommunikation, 294  
 Market Pull, 3  
 Market-Maker, 323

Markteffizienz, 82, 96, 97, 402  
 Markteintrittsbarrieren, 247  
 Markttransparenz, 72  
 marktliche Standardisierung, 211  
 Marktpenetration, 123  
 Marktphasen, 54  
 Marktplatzbetreiber, 32  
 Markttransaktionen, 54  
 Markttransparenz, 67, 321  
 Marktunsicherheit, 60, 62  
 Marktversagen, 106  
 matchingorientierte Marktplätze, 29  
 materielle Güter, 113  
 Media-Richness, 130, 394  
 Media-Richness Theorie, 128  
 Medienkonvergenz, 5  
 Menükosten, 95  
 Meritorisches Gut, 136  
 Metcalfe's Gesetz, 2, 178, 179, 300  
 Mitläufer-Effekt, 195  
 Mobile-Commerce, 257  
 mobiles Internet, 392  
 Monopol, 152  
 Monopolistische Konkurrenz, 151  
 Moore's Gesetz, 1  
 Moral Hazard, 64, 90  
 MP3 Audio-Format, 383  
 Multimedia, 259  
 Multiple Gleichgewichte, 185

## N

Nachfragermodell, 27  
 natürliches Monopol, 188, 246  
 negative Externalitäten, 170, 307  
 negative Rückkopplungen, 224  
 Netzeffekte, 9, 107, 158, 160, 175, 179,  
 181, 184, 199, 225, 340, 341, 406  
 Netzeffektnutzen, 170  
 Netzexternalitäten, 177, 198  
 Netzwerkgut, 171, 183, 186  
 Netzwerkstrategien, 202  
 nicht-lineare Tarife, 353  
 Niedrigpreisstrategie, 125  
 Nullpreisstrategie, 124  
 Nullsummenspiel, 216  
 Nutzerakzeptanz, 273  
 Nutzungsakt, 271  
 Nutzungsgut, 270

## O

offene Marktplätze, 26  
 offene Standards, 209

offene Systeme, 201  
 öffentliche Güter, 106, 120, 134, 138, 139,  
 141, 390, 402  
 One-to-Many Kommunikation, 294  
 One-to-One Marketing, 290  
 Online-Händler, 93, 387  
 Online-Shop, 76, 281  
 Open Source Projekt, 139, 140  
 Open Source Software, 137  
 Opinion Mining, 298, 299  
 Outsourcing, 50, 53

## P

P2P Filesharing, 390  
 Paid Content, 115, 351  
 Pain Points, 56  
 Patentschutz, 142, 145, 147, 149, 150  
 Pay-per-Unit, 352  
 Pay-per-Use, 351  
 Peer-to-Peer Verbindungen, 369  
 Penetrationsstrategie, 123, 188  
 perfekte Preisdifferenzierung, 343  
 Performance, 201  
 Permission-Marketing, 292  
 Personalisierung, 260  
 Personalisierungssysteme, 291  
 Pfadabbruch, 230  
 Pfadabhängigkeit, 224, 226, 229  
 Pfadauflösung, 230  
 Pinguin-Effekt, 196  
 Piraterie, 158, 159, 160  
 Plural-Prinzip, 267  
 positive Externalitäten, 170, 175  
 positive Rückkopplungen, 175, 200  
 Positivsummenspiel, 220  
 Powershopping, 336  
 Preisbündelung, 350  
 Preisdifferenzierung, 341, 345  
 Preisdispersion, 84, 92  
 Preiselastizität, 86  
 Preisinformationen, 86  
 Preisstrategien, 354  
 Preistransparenz, 85  
 Preisvergleichsdienst, 90, 91  
 Preisvergleichssysteme, 88, 403  
 Principal-Agent-Problem, 89  
 Prisoners Dilemma Situation, 71  
 Private Güter, 135  
 private value Auktionen, 326  
 Privatkopie, 154  
 Produktbündelung, 350  
 Produktindividualisierung, 292  
 Produktinformationen, 86

Produktvergleichssysteme, 88  
 proprietäre Systeme, 201  
 Proxy bidding, 333  
 Prozessintegration, 237  
 Pull-Kommunikation, 260, 393  
 Push-Kommunikation, 260

## Q

Qualitätsunsicherheit, 60, 62  
 Qwerty-Tastatur, 222

## R

Rating, 79  
 Raubkopie, 156  
 reale Netzwerke, 170  
 Recommender-Systeme, 289, 290  
 Reed's Gesetz, 179, 300  
 regulative Standards, 209  
 Reichhaltigkeit, 129  
 Reichweite, 129  
 Reintermediation, 372, 377, 378  
 Reputation, 58, 78, 94  
 Reputationssystem, 78  
 Retention-Rate, 277  
 Reverse Auctions, 337  
 Reverse Pricing, 337, 338  
 Revolutionsstrategie, 201  
 Rivalität im Konsum, 135, 345  
 Rohlfs-Nachfragekurve, 184

## S

Sarnoff's Gesetz, 177  
 Schalenmodell, 6  
 Schichtenmodell, 23  
 Schutzrechte, 142  
 Schweinezyklus, 33  
 Screening, 75  
 Second-Hand-Markt, 152, 153, 154, 155  
 Selbstselektion, 343  
 Selbstversorgung, 154, 156, 376  
 Semantisches Netz, 19  
 Semantisches Web, 7  
 Semi-digitale Güter, 110  
 Semi-physische Güter, 111  
 Shaper, 221  
 Shopbot, 84, 89  
 Signaling, 74, 75  
 Singularprinzip, 266  
 Skaleneffekte, 116, 118, 123, 176,  
 199, 246  
 Skimming-Strategie, 188

Sniping, 329, 334  
 Softwarekategorien, 138  
 soziale Interaktion, 297  
 soziale Netzwerke, 133, 179, 197,  
 300, 301  
 soziale Software, 300  
 Spezifität, 51, 286, 287  
 Sponsorstrategie, 214  
 Standardisierung, 22  
 Standardisierungsorganisationen, 210  
 Standardisierungsprozess, 212  
 Standards, 9, 209  
 Standardwettbewerb, 214  
 Start-up Problem, 188  
 steigende Skalenerträge, 185, 225, 403  
 steigende Skalenerträgen, 228  
 Store, 23  
 Stückkostendegression, 116, 117  
 Subscriber Paradoxon, 304  
 Subscription, 352  
 Sucheigenschaften, 61  
 Suchgüter, 64  
 Suchkosten, 55, 86  
 Suchkostentheorie, 83  
 Suchmaschine, 67  
 Suchregel, 84  
 sunk costs, 115, 211, 233  
 Symbiose-Prinzip, 267

**T**

Technologiesprung, 203  
 Technologiewettlauf, 229  
 Technology Push, 1  
 Technology Web, 221  
 Text Mining, 298  
 Tipping point, 175  
 Transaktionsdaten, 288  
 Transaktionskosten, 4, 43, 145, 232, 257,  
 283, 286, 287, 374, 402  
 Transaktionskostenbilanz, 58  
 Transaktionskostentheorie, 49, 51  
 transaktionsorientierte Marktplätze, 29  
 transformationsorientierte Marktplätze, 29  
 Transmutabilität, 340  
 Trittbrettfahrer, 139, 151  
 Trittbrettfahrerstrategie, 215  
 Trittbrettfahrerverhalten, 390  
 Twitter, 297

**U**

Überflussökonomie, 106, 384, 403  
 Umgehungsstrategie, 215

Umweltunsicherheit, 60  
 Unternehmensnetzwerke, 48  
 Urheberrecht, 146

**V**

Vaporware, 200  
 Verbundenheitsstrategie, 280  
 verdeckte Höchstpreisauktion,  
 332  
 Vereinbarungsphase, 54, 57, 320  
 Vergabestrategie, 214  
 Verhaltensakzeptanz, 269  
 Verhaltensunsicherheit, 60, 62  
 Verhandlungssystem, 325  
 Versioning, 346, 348  
 vertikale Kompatibilität, 173  
 vertikale Marktplätze, 25  
 Vertrauen, 59, 72, 93, 285, 403  
 Vertrauenseigenschaften, 61, 68  
 Vertrauensgut, 64, 136  
 Verwertungsrechte, 141, 152, 155,  
 156, 158  
 Vickrey-Auktion, 333  
 Viral Marketing, 123  
 Virtuelle Gemeinschaften, 302, 303  
 virtuelle Netzwerke, 170  
 vollkommene Märkte, 43

**W**

Web 2.0, 7, 130, 133, 294, 297, 403  
 Web 3.0, 7  
 Weblog, 294, 295, 296  
 Web-Mining, 288  
 Wechselkosten, 9, 108, 212, 226, 232,  
 234, 235, 237, 403  
 Wertschöpfung, 9  
 Wettmarkt, 188, 189  
 Wiki, 294  
 Windowing, 346  
 Win-Win-Situation, 217  
 World Wide Web, 22

**Y**

Yield-Management, 344

**Z**

Zahlungsbereitschaft, 182, 184, 187, 330,  
 333, 345, 353  
 zweiseitiger Markt, 121, 173, 248  
 zweiteiliger Tarif, 353