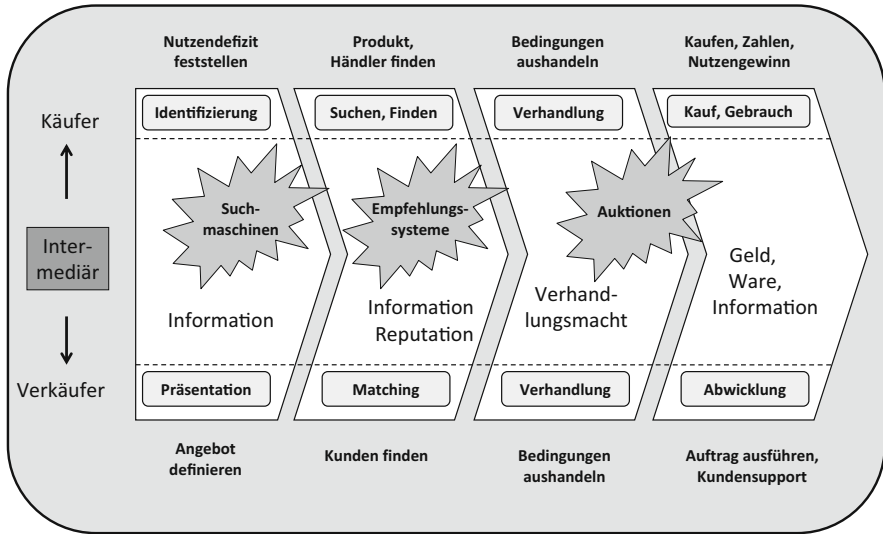


1  
2

# Teil III Prinzipien der Internet-Ökonomie



3

## 4 Kapitelübersicht

5	<b>10 Basiswissen</b> .....	253
6	<b>11 Informationen als Basis der Wertschöpfung</b> .....	255
7	11.1 Geschäftsmodelle .....	260
8	11.2 Nutzerakzeptanz .....	268
9	11.3 Übungsaufgaben zu Kapitel 11 .....	273
10	Literatur .....	275
11	<b>12 Anbahnungs- und Informationsphase – Wege und Instrumente der Kundenansprache</b> .....	277
12	12.1 Kundenprofile und Produktindividualisierung .....	287
13	12.2 Web 2.0 – Mitmachen erwünscht .....	294
14	12.3 Soziale Netzwerke – Kundenprofile im Internet .....	300
15	12.4 Übungsaufgaben zu Kapitel 12 .....	307
16	Literatur .....	317
18	<b>13 Aushandlungsphase – Preisbildung in der Internet-Ökonomie</b> .....	319
19	13.1 Preisbildungsmechanismen .....	320
20	13.2 Flexible Preisbildung .....	326
21	13.2.1 Auktionen und kundengesteuerte Preisfestlegung .....	326
22	13.3 Preisstrategien für digitale Güter .....	339

23	13.4	Übungsaufgaben zu Kapitel 13.....	354
24		Literatur .....	365
25	<b>14</b>	<b>Vermittlungsphase – Leben und Tod der Mittelsmänner</b> .....	367
26	14.1	Dis-, Re- und Cyberintermediation.....	370
27	14.2	Veränderung von Wertschöpfungsketten –	
28		Beispiel: Musikindustrie.....	383
29	14.3	Mobiles Internet – Der grenzenlose Zugriff auf das Internet.....	392
30	14.4	Übungsaufgaben zu Kapitel 14.....	396
31		Literatur .....	399
32	<b>15</b>	<b>Zusammenfassung und Ausblick</b> .....	401
33			

uncorrected proof