

Joachim Deinlein

# **Tragfähigkeit von Geschäftsmodellen der New Economy**

Das Beispiel elektronische B-to-B-Märkte

Mit einem Geleitwort von Prof. Dr. Rolf Caspers

Deutscher Universitäts-Verlag

# Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	XV
Tabellenverzeichnis .....	XVII
Abkürzungsverzeichnis .....	XIX
1. Problemstellung und Aufbau der Arbeit .....	1
1.1 Problemstellung.....	1
1.2 Aufbau der Arbeit.....	3
2. Elektronische Business-to-Business-Märkte als Geschäftsmodell der Internet- Ökonomie.....	7
2.1 Wesentliche Charakteristika der Internet-Ökonomie.....	7
2.1.1 Internet-Ökonomie als Teilbereich der New Economy.....	7
2.1.1.1 Abgrenzung Internet-Ökonomie und New Economy.....	7
2.1.1.2 Sektorale Zusammensetzung der Internet-Ökonomie.....	13
2.1.2 Besonderheit der Internet-Ökonomie.....	14
2.1.2.1 Gesellschaftliche Rahmenfaktoren der Internet-Ökonomie.....	15
2.1.2.2 Medientechnische Besonderheiten des Internets.....	17
2.1.2.2.1 Technische Besonderheiten des Internets als Kommunikationsnetz.....	18
2.1.2.2.2 Besonderheiten des Internets als erweiterten Mediums .....	21
2.1.2.3 Ökonomische Besonderheiten der Internet-Ökonomie.....	25
2.1.2.3.1 Auswirkungen des Mediums Internet auf das Handeln von Unternehmen.....	25
2.1.2.3.2 Schwerpunkte ökonomischer Betrachtung in der Internet-Ökonomie.....	28
2.1.3 Bisherige Entwicklung der Internet-Ökonomie.....	33
2.1.3.1 Phasenmodell des Internets.....	33
2.1.3.2 Ursachen für den Gründerboom der Internet-Ökonomie.....	35
2.2 Elektronische Business-to-Business-Märkte als Geschäftsmodell.....	39
2.2.1 Definition des Terminus „Geschäftsmodell“.....	39
2.2.2 Systematik internetbasierter Geschäftsmodelle und Einordnung elektronischer Märkte.....	43
2.2.3 Präzisierung internetbasierter elektronischer Märkte als Geschäftsmodell der Internet-Ökonomie.....	47
2.2.3.1 Definition des Geschäftsmodells „elektronischer Markt“.....	47
2.2.3.2 Systematisierung des Leistungskonzeptes elektronischer Märkte .....	56
2.2.4 Typologien von elektronischen Märkten.....	63
2.2.4.1 Typologie entlang der Richtung von Märkten.....	63

2.2.4.2	Typologie entlang der Markt-Topologie.....	64
2.2.4.3	Typologie entlang der Betreiberstruktur von Märkten.....	67
2.2.5	Charakteristika von Business-to-Business-Märkten.....	69
3.	Theoretischer Bezugsrahmen - Tragfähigkeit von Geschäftsmodellen der Internet-Ökonomie.....	75
3.1	Konkretisierung des Begriffs der Tragfähigkeit von Geschäftsmodellen der Internet-Ökonomie.....	75
3.1.1	Sicherung der langfristigen Existenz als Zielsetzung des Handelns von Unternehmen und Geschäftsmodellen.....	76
3.1.2	Schaffung von Wettbewerbsvorteilen zur Existenzsicherung von Geschäftsmodellen.....	78
3.1.3	Nutzenorientierte Ableitung der Substitutionskonkurrenz für elektronische Märkte.....	81
3.2	Beitrag institutionenökonomischer Ansätze zur Untersuchung der effizienten Koordination von Transaktionen.....	87
3.2.1	Koordination wirtschaftlicher Aktivitäten in der neoklassischen Theorie.....	87
3.2.2	Beitrag des Transaktionskostenansatzes zur effizienten Koordination wirtschaftlicher Aktivitäten.....	89
3.2.2.1	Kernaussagen des Transaktionskostenansatzes.....	89
3.2.2.2	Verhaltensannahmen des Transaktionskostenansatzes und Einflussgrößen.....	95
3.2.2.3	Transaktionskostenvergleiche alternativer Governance-Strukturen.....	98
3.2.2.4	Beitrag des Transaktionskostenansatzes für die Untersuchung.....	102
3.2.3	Beitrag des Principal-Agent-Ansatzes zur effizienten Koordination wirtschaftlicher Aktivitäten.....	103
3.2.3.1	Wesentliche Annahmen des Principal-Agent-Ansatzes.....	104
3.2.3.2	Beitrag des Principal-Agent-Ansatzes zur Untersuchung.....	105
3.2.4	Beitrag der Informationsökonomie zur effizienten Koordination wirtschaftlicher Aktivitäten.....	106
3.2.4.1	Annahmen und Untersuchungsgegenstand der Informationsökonomie.....	106
3.2.4.2	Beitrag der Informationsökonomie zur Untersuchung.....	107
3.2.5	Konsolidierung der Beiträge der einzelnen Ansätze.....	108
4.	Elektronische Märkte aus institutionen- und netzwerkökonomischer Perspektive.....	111
4.1	Vorteilhaftigkeit einzelner Koordinationsmechanismen unter Berücksichtigung des Einflusses neuer IuK-Technologien.....	112
4.1.1	Einflüsse moderner IuK-Technologien auf die Vorteilhaftigkeit einzelner Koordinationsmechanismen.....	113
4.1.1.1	Genese elektronischer Märkte als Move-to-the-Market zu einem vollkommenen Markt.....	113

4.1.1.2	Diskussion des Move-to-the-Market entlang der Einflussgrößen von Transaktionskosten.....	116
4.1.1.2.1	Einflussgröße Verhaltensannahmen.....	116
4.1.1.2.2	Dimension Spezifität.....	117
4.1.1.2.3	Dimension Produktbeschreibungskomplexität.....	119
4.1.1.2.4	Dimension Unsicherheit.....	120
4.1.1.3	Auswirkungen der Veränderungen von Transaktionskosteneinflussgrößen auf Koordinationsmechanismen.....	121
4.1.1.4	Diskussion des Move-to-the-Market entlang von Transaktionskostenarten.....	123
4.1.1.5	Kritik an der Move-to-the-Market-Hypothese.....	127
4.1.1.5.1	Kritik an der Wirkungskraft der Einflüsse.....	127
4.1.1.5.2	Kritik am unterstellten relativen Ausmaß der Veränderungen.....	128
4.1.1.5.3	Kritik an der Vernachlässigung gegensätzlicher Effekte auf einzelne Einflussgrößen.....	132
4.1.1.5.3.1	Auftreten neuer Spezifitäten und Unsicherheiten bei internetmäßiger Koordination.....	132
4.1.1.5.3.2	Potentiell gestiegene Vorteilhaftigkeit interner Koordination.....	133
4.1.2	Nutzenpotential elektronischer Märkte in Abhängigkeit einzelner Transaktionsarten.....	135
4.1.2.1	Transaktionsbeziehungen aus dynamischer Sicht.....	135
4.1.2.2	Implikationen für Geschäftsmodelle elektronischer Märkte.....	138
4.2	Auswirkungen internetmäßiger marktlicher Koordination auf Unsicherheiten im Rahmen von Austauschbeziehungen.....	141
4.2.1	Systematisierung von Unsicherheiten in Austauschbeziehungen.....	142
4.2.2	Auswirkungen elektronischer Märkte auf Preis- und Qualitätsunsicherheiten im Rahmen von Anbietervergleichen.....	145
4.2.2.1	Auswirkungen internetmäßiger Koordination auf Unsicherheiten auf homogenen Märkten.....	145
4.2.2.2	Auswirkungen internetmäßiger Koordination auf Unsicherheiten auf heterogenen Märkten.....	149
4.2.3	Entwicklung der Unsicherheiten über wesentliche Qualitäten der Leistungen bei internetmäßiger Qualitätsbeurteilung.....	151
4.2.3.1	Kategorisierung von Business-to-Business-Austauschleistungen anhand von Gütereigenschaften.....	152
4.2.3.2	Strategien zur Unsicherheitsreduktion bei einzelnen Eigenschaftskategorien.....	155
4.2.3.3	Veränderungen von Informationsasymmetrien durch internetmäßige direkte Suche nach Leistungsqualitäten.....	159

4.2.3.4	Auswirkungen neuer Informationsasymmetrien auf die Funktionsfähigkeit von Märkten.....	161
4.2.3.5	Screening und Signaling von Informationssubstituten auf elektronischen Märkten als Maßnahmen zur Unsicherheitsreduktion.....	162
4.2.3.5.1	Systematisierung von Informationssubstituten zur Reduktion von Qualitätsunsicherheiten.....	163
4.2.3.5.2	Effektivität von Signaling-Prozessen auf elektronischen Märkten.....	168
4.2.3.5.2.1	Vollständig digitalisierbare und wahrnehmbare Signale.....	168
4.2.3.5.2.2	Signale mit Informationsverlusten bei internetmäßiger Koordination.....	169
4.2.3.5.2.3	Auswirkungen der Signalisierungsmöglichkeiten auf das Ausmaß der Vertrauensbildung.....	172
4.2.3.6	Implikationen für elektronische Märkte.....	175
4.2.3.6.1	Effiziente institutionelle Ausgestaltung elektronischer Märkte.....	175
4.2.3.6.2	Vermarktungsfähigkeit von Leistungen über das Internet.....	177
4.2.3.6.3	Fallbeispiel: Beschaffung von Autolacken.....	184
4.2.3.6.4	Entwicklung eines Ansatzes zur Messung des Digitalisierungspotentials marktlichen Geschehens.....	185
4.2.4	Neu entstehende Unsicherheit durch den Transaktionsmechanismus Internet.....	188
4.2.4.1	Endogene Unsicherheiten aus der Transaktionsbeziehung zwischen Nutzern und intermediären Marktbetreibern.....	189
4.2.4.1.1	Arten der endogenen Unsicherheit gegenüber Intermediären.....	189
4.2.4.1.2	Implikationen für Marktbetreiber.....	191
4.2.4.2	Exogene Unsicherheiten aus der Verwendung des digitalen Mediums Internet.....	191
4.2.4.2.1	Unsicherheiten in den rechtlichen Rahmenbedingungen...	192
4.2.4.2.2	Unsicherheiten aus der technischen Lösung.....	199
4.2.4.2.3	Implikationen für Marktbetreiber.....	201
4.3	Elektronische Märkte aus netzwerkökonomischer Sicht.....	203
4.3.1	Untersuchung einzelner Netzwerkeffekte auf elektronischen Märkten.....	204
4.3.2	Management von Externalitäten auf elektronischen Märkten.....	207
4.3.3	Management kritischer Masse auf der Anbieterseite.....	212
4.3.4	Implikationen für Betreiber elektronischer Märkte.....	213

5. Zusammenfassung und Ausblick.....	217
5.1 Konsolidierung der wesentlichen Erkenntnisse hinsichtlich der Tragfähigkeit elektronischer Märkte.....	217
5.2 Ausblick.....	229
Literaturverzeichnis.....	233