

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	XIII
Abbildungsverzeichnis	VXII
I. Einleitung	1
1. Begriffsklärung	1
1.1. Elektronischer Geschäftsverkehr und Marktsysteme	2
1.2. Zum Begriff "privater Haushalt"	6
2. Elektronischer Geschäftsverkehr als Implementierungs- und Nutzungsproblem	9
3. Ziel und Vorgehensweise der Untersuchung	13
II. Grundlagen	17
1. Informationstheoretische Grundlagen für elektronischen Geschäftsverkehr	17
1.1. Modelle der Information und Kommunikation	17
1.2. Information als neuer Produktionsfaktor	22
2. Makroökonomische Effekte des elektronischen Geschäftsverkehrs	25
2.1. Wachstumseffekte	26
2.2. Beschäftigungseffekte	29
2.3. Globalisierungseffekte	31
3. Resümee	34
III. Infrastruktur für elektronischen Geschäftsverkehr	35
1. Technologien für elektronischen Geschäftsverkehr	35
1.1. Informationstechnologien	37
1.2. Kommunikationstechnologien	39
1.2.1. Aufbau von Datenstationen	40
1.2.2. Transport- und Übertragungsmedien	41
1.2.3. Datenübertragungsverfahren und Kommunikationsnetze	42
1.3. Ausstattung privater Haushalte mit Informations- und Kommunikations-technologien	45
1.3.1. Alternative Endgeräte	45
1.3.2. Verfügbarkeit von Datenübertragungs- und Netztechnologien	47
1.3.3. Exkurs: Vernetzte Inhouse-Systeme	50
2. Kommunikationsdienste für elektronischen Geschäftsverkehr	52
2.1. Einzeldienste der Telekommunikation	53
2.1.1. Vermittlungsdienste für die Individualkommunikation	54
2.1.2. Verteildienste für die Massenkommunikation	55
2.2. Multimediale Kommunikationsdienste	57
2.2.1. Offline-Dienste	58

2.2.2. Online-Dienste	61
2.2.2.1. Digitale Rundfunkdienste	62
2.2.2.2. Kommerzielle Online-Dienste	64
2.2.2.3. Internetdienste	66
2.3. Geschäftsanwendungen für private Haushalte	69
2.3.1. Telerecherche	73
2.3.2. Teleshopping	74
2.3.3. Teleservice am Beispiel von Telebanking	78
2.3.4. Teleentertainment am Beispiel von Pay-TV	82
2.4. Technologische Anwendungsgrenzen	87
3. Resümee	90
IV. Unsicherheit privater Haushalte beim Einsatz des elektronischen Geschäftsverkehrs	91
1. Umweltseitige Ursachen der Einsatzunsicherheit	93
1.1. Ursachen im Rahmen der Implementierung	93
1.2. Ursachen im Rahmen der Nutzung	94
2. Haushaltsbedingte Ursachen der Einsatzunsicherheit	97
2.1. Aktivitäten im Entscheidungsverhalten privater Haushalte	97
2.2. Psychische Verhaltensrestriktionen	99
2.3. Soziale Verhaltensrestriktionen	102
3. Abgrenzung von Haushaltstypen für elektronische Geschäftsanwendungen	104
3.1. Haushaltstypologisierung am Beispiel von Teleshopping	106
3.2. Entwurf einer Basistypologisierung	108
3.3. Exkurs: Vorschlag für ein empirisches Untersuchungsdesign	111
3.3.1. Operationalisierung und Messung	111
3.3.2. Auswertung	113
3.3.3. Ergänzende Untersuchungsschritte	115
4. Resümee	117
V. Informationsökonomische Zusammenhänge des elektronischen Geschäftsverkehrs	119
1. Informationsökonomik versus traditionelle Mikroökonomik	120
2. Ausgewählte Ansätze der Informationsökonomik	122
2.1. Suchtheorie und Theorie der begrenzten Rationalität	122
2.2. Ansätze der Neuen Institutionenlehre	125
2.2.1. Verhaltensannahmen der Neuen Institutionenlehre	126
2.2.2. Property-Rights- und Principal-Agent-Ansatz	127
2.2.3. Transaktionskostentheorie	132
2.2.3.1. Entwicklung der Transaktionskostentheorie	133
2.2.3.2. Transaktionskosten und ihre Bedeutung für private Haushalte	134
2.2.3.3. Einflußgrößen von Transaktionskosten	136
2.2.3.3.1. Unsicherheit und begrenzte Rationalität	138

2.2.3.3.2. Spezifität und opportunistisches Verhalten	138
2.2.3.3.3. Häufigkeit und Transaktionsatmosphäre	140
3. Transaktionskostentheoretische Analyse des elektronischen Geschäftsverkehrs	140
3.1. Transaktionskosten der Implementierung	141
3.2. Transaktionskosten der Nutzung	143
3.2.1. Verringerung der Transaktionskosten von Leistungsbeziehungen	144
3.2.2. Nutzungsbedingte Transaktionskostenerhöhung	146
3.2.3. Bestimmung der Transaktionskosten privater Haushalte	151
3.2.3.1. Entwicklung eines Beurteilungsrasters für Transaktionskosten	151
3.2.3.2. Exkurs: Vorschläge zur empirischen Analyse der ergänzenden Einflußgrößen von Transaktionskosten	154
4. Resümee	157
VI. Implikationen für die Realisierung elektronischer Marktsysteme	159
1. Kennzeichnung elektronischer Marktsysteme	159
1.1. Architektur elektronischer Marktsysteme	160
1.2. Betreiber elektronischer Marktsysteme	162
2. Grundlegende Anforderungen an die Realisierung elektronischer Marktsysteme	164
2.1. Vermeidung hoher Transaktionskosten bei privaten Haushalten	164
2.2. Konzentration auf die Bedürfnisse privater Haushalte	166
3. Unternehmerische Ansatzpunkte der Realisierung elektronischer Marktsysteme	169
3.1. Der Objektbereich der Unternehmensführung	170
3.2. Realisierungsbeitrag durch die Geschäftsleitung	173
3.3. Realisierungsbeitrag durch das Vertriebsmanagement	174
3.4. Realisierungsbeitrag durch das Informationsmanagement	175
4. Maßnahmen zur Realisierung elektronischer Marktsysteme	177
4.1. Festlegung von Zielen	179
4.2. Vertriebliche Planung	182
4.2.1. Bestimmung von Nutzersegmenten	182
4.2.2. Strategien für elektronischen Geschäftsverkehr	183
4.3. Konfiguration von Systemkomponenten	188
4.3.1. Festlegung eines Anforderungsprofils	189
4.3.2. Entscheidungen über die Art der Erstellung	191
4.3.3. Steuerung der Erstellung und Inbetriebnahme	196
4.3.3.1. Instrumente des Software-Engineering und der Qualitätssicherung	196
4.3.3.2. Instrumente des Projektmanagements	200
4.4. Vertriebliche Verankerung	204
5. Resümee	206
VII. Zusammenfassung und Ausblick	207

Anhang	211
A1: Anbieterverflechtungen	211
A2: Pilotprojekte für elektronische Geschäftsanwendungen	212
A3: Kommerzielle Online-Dienste in Deutschland	213
A4: Telebanking deutscher Banken im Vergleich	214
A5: Digitale Programme der deutschen Fernsehsender	215
A6: Quality Function Deployment am Beispiel einer Software-Benutzeroberfläche	216
B1: Verzeichnis der Expertengespräche	217
B2: Geprächsleitfaden	218
C: Begriffslexikon	219
Literaturverzeichnis	231
1. Unveröffentlichte Schriften	231
2. Veröffentlichte Schriften	233