

Inhaltsverzeichnis

- 1 Einleitung.**..... 1
 - Literatur. 4
- 2 Theoretische Grundlagen.**..... 5
 - 2.1 Definition digitaler Plattformen. 6
 - 2.2 Eigenschaften digitaler Plattformen. 7
 - 2.3 Typen digitaler Plattformen 11
 - 2.4 Vorgehensmodell zum Aufbau und zur Steuerung digitaler Plattformen. 14
 - Literatur. 17
- 3 Phase 1: Ökosystemdesign** 21
 - 3.1 Ziel der Phase Ökosystemdesign 22
 - 3.2 Anbietende des Plattformökosystems 25
 - 3.3 Nachfragende des Plattformökosystems 26
 - 3.4 Komplementor:innen des Plattformökosystems 27
 - 3.5 Templates 30
 - Literatur. 31
- 4 Phase 2: Skalierung.**..... 33
 - 4.1 Ziel der Phase Skalierung 34
 - 4.2 Bestimmung des Tipping Points 35
 - 4.3 Skalierungsstrategien 37
 - 4.4 Template 45
 - Literatur. 48
- 5 Phase 3: Pricing.**..... 51
 - 5.1 Ziel der Phase Pricing 52
 - 5.2 Preisstruktur 53
 - 5.3 Preisniveau 54
 - 5.4 Template 58
 - Literatur. 59

6	Phase 4: Verhaltenssteuerung	61
6.1	Ziel der Phase Verhaltenssteuerung	62
6.2	Gatekeeping	63
6.3	Feedbackmechanismen	64
6.3.1	Gestaltung von Feedbackmechanismen	66
6.3.2	Anreize zur Abgabe von Feedbacks und Reputationstransfer	69
6.3.3	Dysfunktionen	71
6.3.3.1	Inkonsistente Feedbacks	71
6.3.3.2	Manipulierte Feedbacks	73
6.3.3.3	Qualitätskriterien von Feedbackmechanismen	76
6.4	Recommender Systeme	78
6.5	Templates	82
	Literatur	83
7	Phase 5: Performance Measures	89
7.1	Ziel der Phase Performance Measures	90
7.2	Performance Measures in der Skalierungsphase	91
7.3	Performance Measures in der Wachstumsphase	91
7.4	Performance Measures in der Reifephase	92
7.5	Qualitätskriterien von Performance Measures	92
7.6	Templates	94
	Literatur	95
8	Phase 6: Wettbewerb	97
8.1	Ziele der Phase Wettbewerb	97
8.2	Wettbewerbsstrategien	98
	Literatur	101
9	Zusammenfassung und Ausblick	103
	Literatur	107
	Glossar	109
	Literatur	111