

1	Plattformbasierte Geschäftsmodelle	1
1.1	Überblick Geschäftsmodell	1
1.2	Von der Pipeline zur Plattform	5
1.3	Geschäftsmodell Plattform	8
	Literatur	15
2	Charakteristika digitaler Plattformen	19
2.1	Netzwerkeffekte	19
2.2	Überlegenheit der Plattformen	23
2.3	Grundlegende Plattformfunktionalitäten	25
2.4	Systematisierungsansätze	27
	Literatur	31
3	Wege in die Plattformökonomie	33
3.1	Grundsätzliche Vorgehensweisen	33
3.2	Vorgehen und Herausforderungen beim Aufbau einer Plattform	36
3.3	Monetarisierung	44

X Inhaltsverzeichnis

3.4 Erfolgsfaktoren	47
3.5 Risiken	50
Literatur	51
4 Marktplätze als Erfolgsbeispiel	53
4.1 Grundlagen elektronischer Marktplätze	54
4.2 Elektronische Marktplätze und Netzwerkeffekte	62
4.3 Transaktionsphasen auf einem elektronischen Marktplatz	64
4.4 Unterscheidungskriterien elektronischer Marktplätze	65
4.5 Die Bedeutung von Reputationssystemen auf elektronischen Marktplätzen	73
4.6 Erfolgsfaktoren elektronischer Marktplätze	78
Literatur	82
5 Marktplätze: Stimmen aus der Praxis	83
5.1 Auf dem Weg zum Marktplatz – Christ Juweliere und Uhrmacher seit 1863	83
5.2 Marktplätze im B2B-Umfeld – Wucato Marketplace	96
Literatur	108
6 Fazit	109
Literatur	110
Glossar	111
Literatur	115