

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	7
Abstract	9
Abkürzungsverzeichnis	11
1 Einleitung	13
2 Theoretischer Bezugsrahmen	23
Konsumwahl und Wettbewerbsdynamik im Markt für Video-on-Demand	23
Vertikale Marktbeziehungen und vertikale Integration	28
Singlehoming und Multihoming der Plattformökonomie	32
Kano-Modell	34
3 Methoden	37
Die empirische Studie	37
Was ist die Conjoint-Analyse?	37
Direktbefragung versus Conjoint (CBC)-Befragung: Die Methoden der Präferenzmessung	42
Methode der Marktsimulation	49
4 Die Perspektiven auf dem Markt für Video-on-Demand	55
Windowing	62
5 Ergebnisse der Conjoint-Befragung	69
Nutzenprofil	69
Wie lassen sich die CBC-Daten interpretieren?	74
Geschmacksmilieus	75
Hypothesentests	78

6	Netzwerkeffekte im Online-Markt für Video-on-Demand	89
7	Theoretische Schlussfolgerungen	95
8	Fazit	103
9	Ausblick	109
	Literatur	111
	Stichwortverzeichnis	117