

1	Digitale Plattform-Geschäftsmodelle	1
2	Definition und Charakteristika zweiseitiger digitaler Plattformen	5
2.1	Definition und Abgrenzung	5
2.2	Charakteristika	8
3	Markteintritt	13
3.1	Henne-Ei-Problem	14
3.2	Liquidität und Wachstum	15
3.3	Kritische Masse	15
4	Markteintrittsstrategien	19
4.1	Sequenzielle Technik	20
4.2	Simultane Technik	22
4.3	Virales Wachstum	25
5	Erfolgsfaktoren zur Begünstigung positiver Interaktionen	27
5.1	Niedrige Eintrittsbarrieren	27
5.2	Ertragsmodell	28
5.3	Matching	30
5.4	Qualität und Vertrauen	31
5.5	Metriken zur Prozessoptimierung	34
6	Go-To-Market für neue Plattform-Geschäftsmodelle	39
7	Fazit	41
	Literatur	45