

# **Marktplatz Internet**

## **Wer hat, dem wird gegeben?**

Akademie Franz Hitze Haus  
- Ringthema Internet -  
2. Februar 2006

Institut für Anlagen und Systemtechnologien  
Westfälische Wilhelms-Universität Münster  
Tel.: 0251/83-25013  
Fax.: 0251/83-22903  
e-mail: [aufderheide@wiwi.uni-muenster.de](mailto:aufderheide@wiwi.uni-muenster.de)

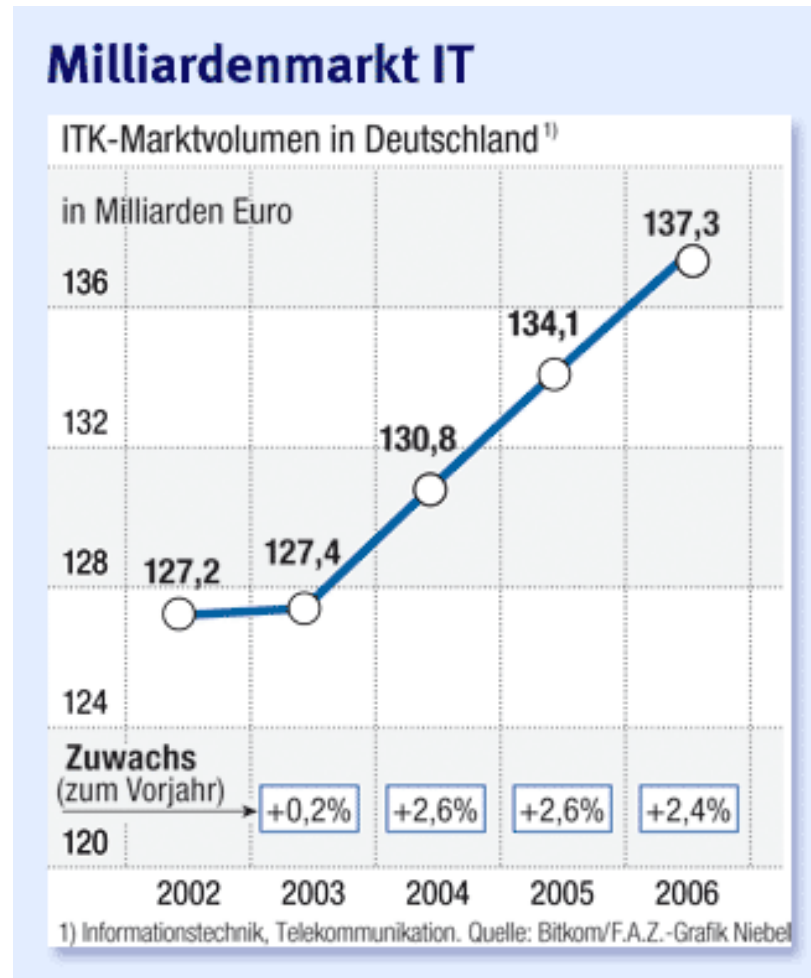


# Überblick

---

1. Wirtschaftsfaktor Internet – Gegenwart und Zukunftsperspektiven
2. Eigenheiten der Internetökonomie: Wer hat, dem wird gegeben?
3. Marktplatz Ebay: Neue Formen des „virtuellen Vertrauens“?
4. Internet-Marktplatz Welt: Das Globalisierungsdilemma oder Entlässt das Internet die Unternehmungen aus der ethischen Verantwortung?

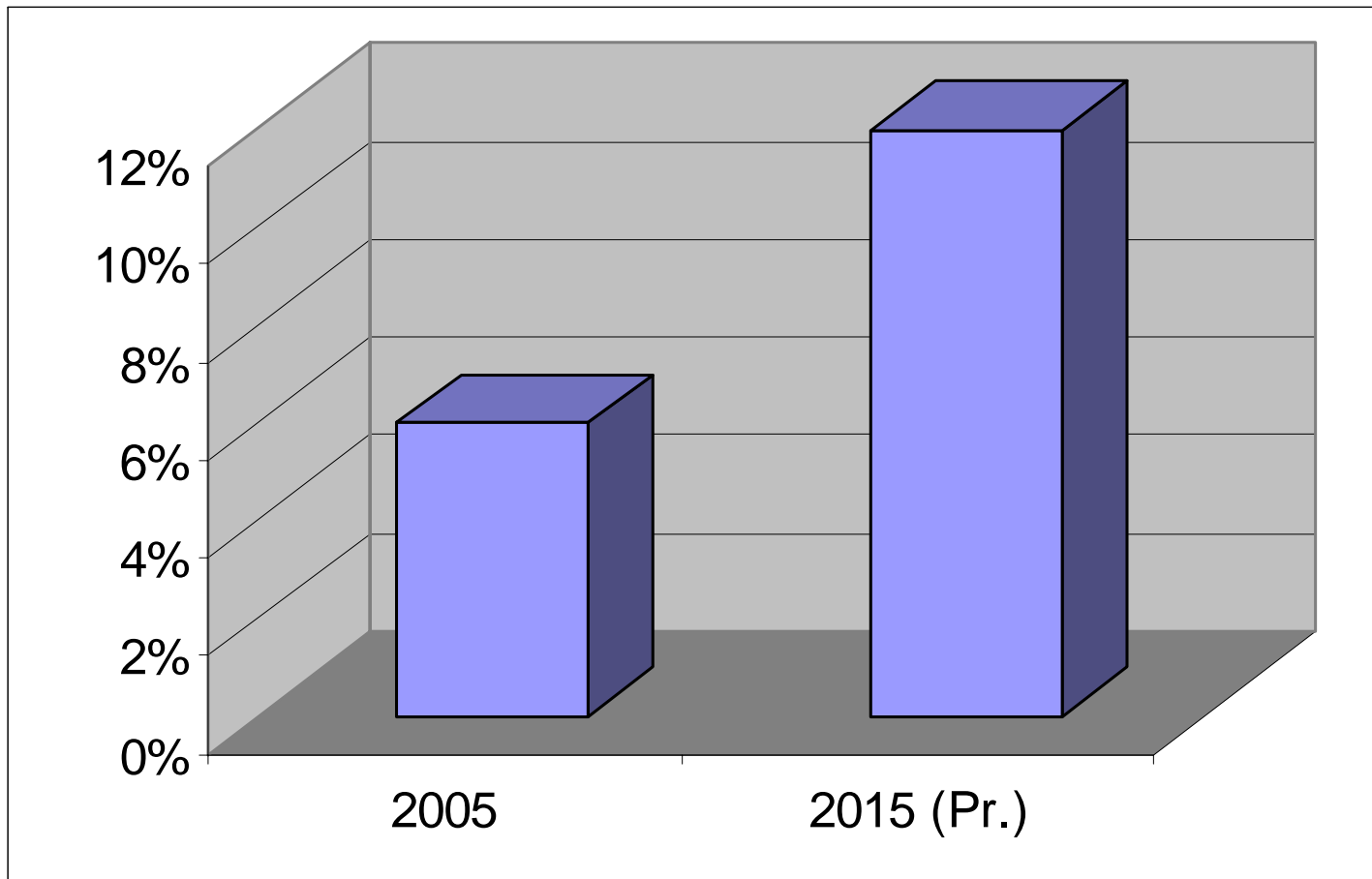
# Entwicklung des Marktes für Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT)



Quelle:Bitcom/FAZ

# IKT-Anteil an der Wirtschaftsleistung (BIP) in Deutschland

---



Quelle: Studie Deutschland online (2006), Reuters

Wirtschaft > Netzwirtschaft, IT & Medien >

- Wirtschaft
Aktuell
Konjunktur & Weltwirtschaft
Wirtschaftspolitik
Arbeit, Rente & Gesundheit
Banken, Private Equity & Dienstleistungen
Energie, Umwelt & Verkehr
Auto, Industrie & Handel
Netzwirtschaft, IT & Medien
Wirtschaftsbücher

Telefontarife
Gespräche land/nah/fernland

Markte aktuell
Abfrage

Table with columns: Index, Punkte, %



Internet
Online-Werbung schafft den Durchbruch

Von Holger Schmidt

23. Januar 2006 Die Online-Werbung hat im vergangenen Jahr alle Erwartungen übertroffen. „Wir werden unsere Schätzung für die klassische Online-Werbung nach oben korrigieren“, sagt Bernd Henning vom Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW).

Auch das Suchmaschinen-Marketing ist nach Schätzung von Branchenkennern erheblich schneller gewachsen als gedacht. Nach ersten Berechnungen ist der gesamte Online-Werbemarkt im vergangenen Jahr um etwa 47 Prozent auf rund 815 Millionen Euro geklettert. Noch im Sommer hatte der BVDW den Umsatz nur auf 750 Millionen Euro geschätzt.

Gute Geschäfte im dritten und vierten Quartal haben der Branche einen unerwarteten Schub gegeben. Werde außerdem die rund 200 Millionen Euro Umsatz der Unternehmen wie Media.de, die Sp... Monster im Geschäft mit realisierte... Netz erzielt haben, hat der online... vergangenen Jahr erstmals... Milliarde Euro überschritten.

Große Unternehmen vereinen

Der größte Anteil entfällt auf die klassische Werbung mit Bannern oder Markenkampagnen. Der Markt ist nach Messung von Nielsen Media Research im vergangenen Jahr um 33 Prozent gestiegen. Da Nielsen aber nur einen Teil des Marktsegmentes erfasst, lassen

Artikel-Service

- Drucken
Versenden
Vorherige Seite

Zum Thema

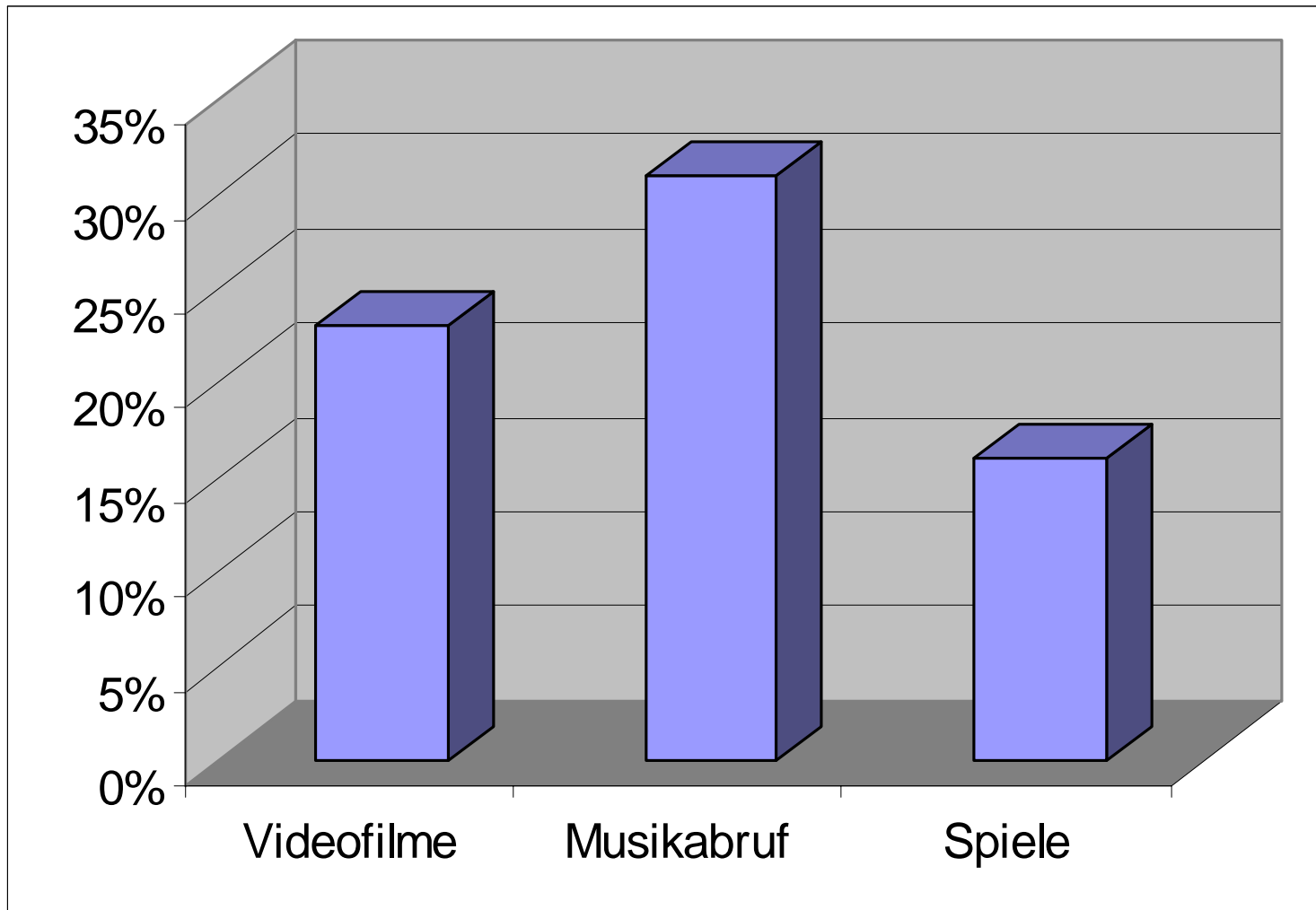
- F.A.Z.-Interview mit Yahoo-Werbechef Coleman
Internet-Unternehmen greifen nach den Fernseh-Werbebudgets
Branchen und Märkte (12): Werbung

Quiz
Fit in Sachen Wirtschaft?

Online-Werbung schafft den Durchbruch

# Internetnutzung in Deutschland 2015 – Ein Blick auf die Prognosen

---



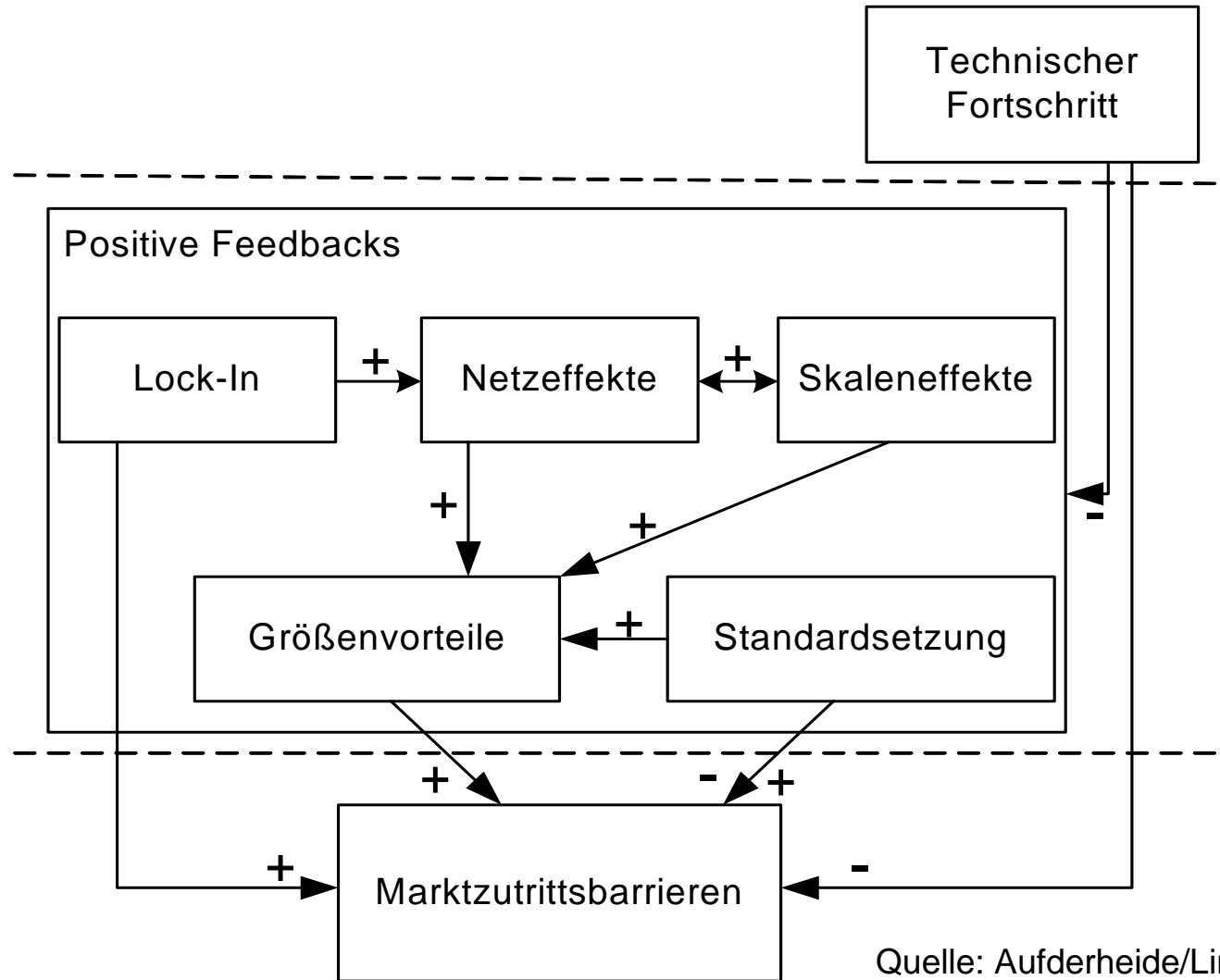
Quelle: Studie Deutschland online (2006)

# Überblick

---

1. Wirtschaftsfaktor Internet – Gegenwart und Zukunftsperspektiven
- 2. Eigenheiten der Internetökonomie: Wer hat, dem wird gegeben?**
3. Marktplatz Ebay: Neue Formen des „virtuellen Vertrauens“?
4. Internet-Marktplatz Welt: Das Globalisierungsdilemma oder Entlässt das Internet die Unternehmungen aus der ethischen Verantwortung?

# Eigenheiten der Internetökonomie: 3 Ebenen



Quelle: Aufderheide/Lindner/Zimmerlich (2006)



# Internetökonomie im Vergleich zur traditionellen Wirtschaft – Wer hat ...

---

- Kostenvorteile für große Anbieter: „First-copy cost“-Effekt. Digitale Kopien sind (fast) kostenlos vermehrbar.
- Senkung der Transaktionskosten: Kommunikation und Kontrolle „großer“ Unternehmungen wird erleichtert (aber auch Kooperation)
- Zunehmende politische Marktmacht internationaler Unternehmungen

## ... dem wird gegeben?

---

- Netzeffekte: Nutzen des einzelnen Nachfragers steigt mit der Zahl der Kunden des Anbieters: Anreiz zu Produkt-Konformität statt „Reiz des Individuellen“.
- Selbstverstärkungseffekte: Kunden antizipieren Netzeffekte bei marktstarkem Anbieter (Beispiel Ebay vs. Ricardo, Atrada, ...; Amazon vs. ...)
- Tendenz: Förderung von Monopolbildung und Kooperationen (Kartellproblem).
- Dagegen ...

# Mehr Wettbewerb in der Internetökonomie durch ...

---

- Dramatisch erhöhte Informiertheit der Kunden: Preis-, Angebots- und Anbietervergleiche
- Häufig geringe Schranken des Marktzutritts für neue Anbieter mit neuen Ideen
- Hohe Dynamik bei Innovationen: Monopol von „heute“ kann „morgen“ wertlos sein.
  - Bsp. „Beinahe“ Verlust des Microsoft-Monopols bei Betriebssystemen durch plattformunabhängige Sprache Java von Sun Microsystems.
  - Marktplätze für Unternehmungen (z. B. Covisint) vermutlich ohne dauerhaften Erfolg oder integriert in Unternehmungen.

# Innovationsdynamik: Beispiele für mögliche Weiterentwicklungen

---

- Handelsplattformen für Fonds?
- Internetsuche per Spracherkennung auch am Telephon?
- Vernetzung von Menschen mit ähnlichen Interessen („Communities“)?
- ...?

Quellen: FAZ, Netzeitung

# „Hohe Innovationsdynamik“: „Goldgräberstimmung“

Digitale Zukunft: Das nächste große Ding im Internet - FAZ.NET - Wirtschaft - Microsoft Internet Explorer

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Zurück Suchen Favoriten

Links Am Bau Be cd CN DB DBK dj DLF DU Dx e Ec FAZ Fo FT Ftr G

Adresse http://www.faz.net/s/RubE2C6E0BCC2F04DD787CDC274993E94C1/Doc~E6A85AC39B39647A193F0C9E491077C33~ATpl~Ecol

FAZ.NET  
02. Februar 2006

Aktuell Investor Marktplätze Archiv Anzeigen Leserportal Services

Politik Gesellschaft Wirtschaft Finanzmarkt Sport Feuilleton Reise Wissen Auto Computer

Aktuell > Wirtschaft > **Netzwerk, IT & Medien >**

Wirtschaft  
Aktuell  
Konjunktur & Weltwirtschaft  
Wirtschaftspolitik  
Arbeit, Rente & Gesundheit  
Banken, Private Equity & Dienstleistungen  
Energie, Umwelt & Verkehr  
Auto, Industrie & Handel  
Netzwerk, IT & Medien  
Wirtschaftsbücher

Telefontarife  
Ortsgespräche Inland nah/fem Ausland

Märkte aktuell  
Kursabfrage  
Name/ISIN/Fonds GO

**Digitale Zukunft**  
**Das nächste große Ding im Internet**  
Von Holger Schmidt

Das Internet macht Druck auf klassische Medien

30. Januar 2006 Gründerprofi Alexander Samwer hat eine Vorahnung: "Viele Internet-Guru...".  
"Wer Dyson weiß schon mehr: "Das nächste große Ding im Internet sind Communities, denen sich Individuen mit gleichen Interessen vernetzen". Und Marissa Mayer, Chief of Google, sieht die "Internet-Suche am Telefon" als die nächste große Sache an."  
Hubert Burda verans...  
Day" in München fieb...

Zehn Jahre, nachdem P...  
setzen die Gründer wieder...  
großen Gemeinschaft: "Im In...

Artikel-Service  
Drucken  
Versenden  
Vorherige Seite

Zum Thema  
Marissa Mayer: Googles Mastermind  
Warum wir nie mehr für

**„Fest steht: Im Netz herrscht wieder Goldgräberstimmung“**

Start Desktop D:\Bild... Micros... Micros... Digital... Pegas... Micros... Adobe... 11:44

# Überblick

---

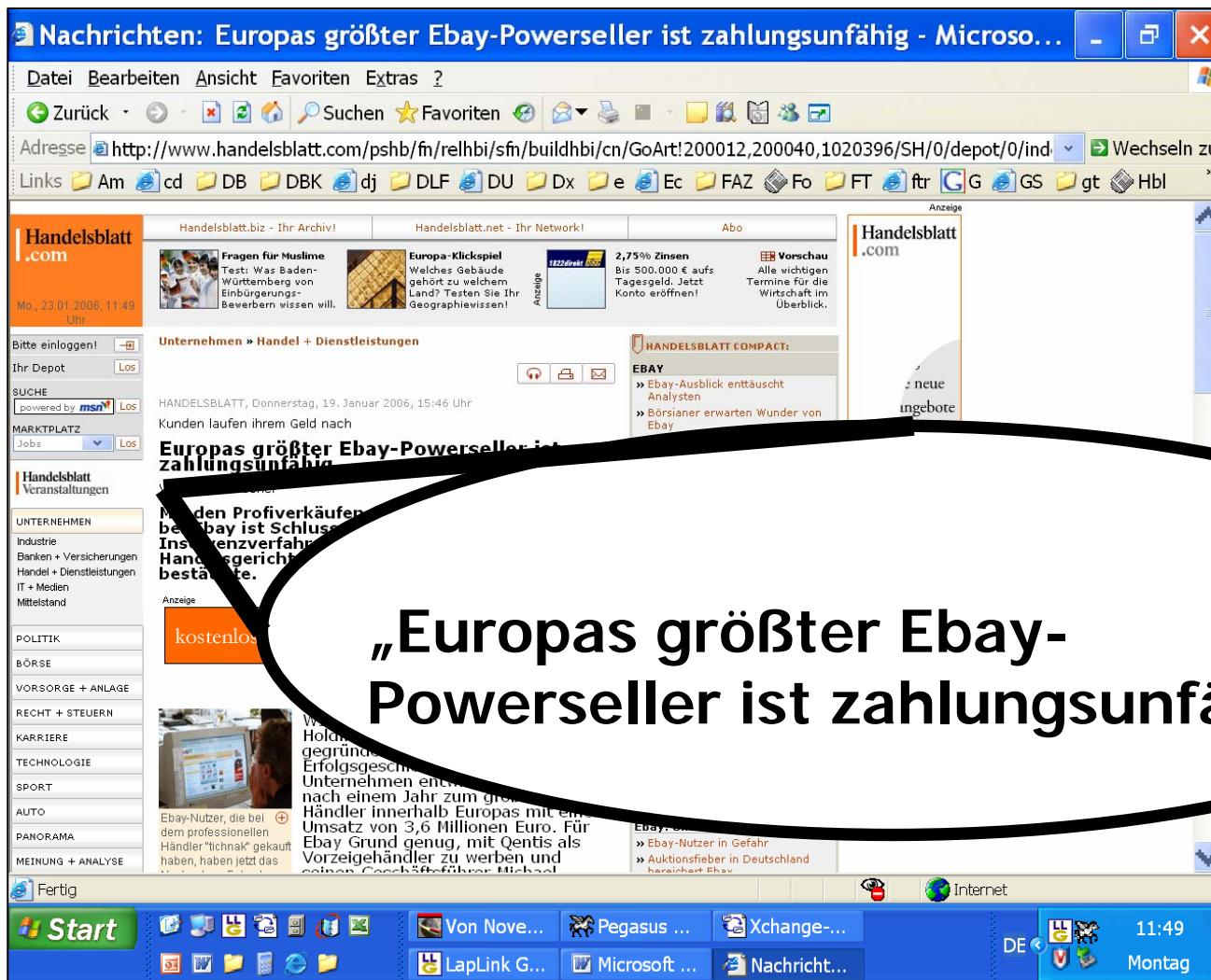
1. Wirtschaftsfaktor Internet – Gegenwart und Zukunftsperspektiven
2. Eigenheiten der Internetökonomie: Wer hat, dem wird gegeben?
- 3. Marktplatz Ebay: Neue Formen des „virtuellen Vertrauens“?**
4. Internet-Marktplatz Welt: Das Globalisierungsdilemma oder Entlässt das Internet die Unternehmungen aus der ethischen Verantwortung?

# Marktplatz Ebay

---

- Virtueller Marktplatz
- (Teilweise) Anonyme Kommunikation
- Mechanismen zur Schaffung von Reputation und Vertrauen
- Grenzen des Vertrauens!

# Vorkasse – ein gutes Instrument?



„Europas größter Ebay-Powerseller ist zahlungsunfähig“



# Überblick

---

1. Wirtschaftsfaktor Internet – Gegenwart und Zukunftsperspektiven
2. Eigenheiten der Internetökonomie: Wer hat, dem wird gegeben?
3. Marktplatz Ebay: Neue Formen des „virtuellen Vertrauens“?
- 4. Internet-Marktplatz Welt: Das Globalisierungsdilemma oder Entlässt das Internet die Unternehmungen aus der ethischen Verantwortung?**

# Google, Yahoo und China: Gibt es in der globalisierten Wirtschaft keine ethischen Verpflichtungen mehr?

