# Inhaltsverzeichnis

**1. PROBLEMSTELLUNG ..... 1**

**2. STRATEGIEN ZUR AUSNUTZUNG VON DIREKTEN NETZWERKEFFEKTEN ..... 2**

2.1 Direkte Netzwerkeffekte am Beispiel einer „Monopolplattform“ ..... 2

2.2 Plattformadoption und Strategien im Wettbewerb um Nutzergruppen ..... 7

2.3 Wohlfahrtsoptimale Plattformwahl ..... 12

2.4 Wohlfahrtsanalyse des Wettbewerbsergebnisses ..... 15

2.5 Strategien im Verdrängungswettbewerb ..... 17

**3. STRATEGIEN ZUR AUSNUTZUNG DER BILATERALEN NETWERKEFFEKTE ..... 20**

3.1 „Social Media“ ein Zweiseitiger Markt ..... 20

3.2 Strategie der ausschließlichen Werbefinanzierung ..... 24

3.3 Strategien bei gemischter Finanzierung ..... 27

3.4 Marktkonzentration aufgrund der Interaktion zwischen Nutzer- und Werbemarkt ..... 31

**4. AUSBLICK ..... 37**

Bibliografische Informationen
http://d-nb.info/102353679X

digitalisiert durch DEUTSCHE NATIONAL BIBLIOTHEK