

Eberhard-Karls-Universität Tübingen

Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät

**Auktionen und Auktionsplattformen zwischen
Unternehmen im Internet**

Inaugural-Dissertation

zur Erlangung des Doktorgrades

der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät

der Eberhard-Karls-Universität zu Tübingen

vorgelegt von

Ralf Gampfer

aus Zweibrücken

A 238813

2003

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	13
2	Klassische Auktionen	21
2.1	Historischer Abriss: Von der Antike bis zur Neuzeit	22
2.2	Bedeutung von Auktionen in der Gegenwart	26
2.3	Unterschiedliche Arten von Auktionen	31
2.4	Alternative Modellierungsansätze von Auktionen	35
2.4.1	Das Private-Value Modell (PVM)	36
2.4.2	Das Common-Value Modell (CVM)	37
2.4.3	Das General Modell mit affilierten Informationen (GM)	38
2.5	Ausgewählte Ergebnisse der Theorie Klassischer Auktionen	39
2.5.1	Gleichgewichtsstrategien und Erlösgleichheit im IPVM	41
2.5.2	Informationen und die Dominanz Englischer Auktionen im GM	49
2.5.3	Bietverhalten in sequenziellen Mehr-Objekt-Auktionen	55

3	Auktionen im Internet	59
3.1	Entwicklung des Internets und Potenzial der Virtualität	60
3.2	Bedeutung virtueller Auktionen im Internet	62
3.3	Internetauktionen in der Praxis	64
3.3.1	Konzeption und Durchführung	65
3.3.1.1	Auktionsplattformen	66
3.3.1.2	Auktionsparameter	73
3.3.2	Spezifische Besonderheiten und verbundene Fragestellungen	79
3.3.2.1	Unbekannte Bieterzahl	79
3.3.2.2	Unsichere Objektqualität	80
3.3.2.3	Spezielle Auktionsregeln und Bietverfahren	81
3.4	Modelltechnische Abbildung und theoretische Implikationen	86
3.4.1	Unbekannte Bieterzahl	87
3.4.2	Unsichere Objektqualität	93
3.4.3	Spezielle Auktionsregeln und Bietverfahren	99
4	Auktionen zwischen Unternehmen im Internet	103
4.1	Handel zwischen Unternehmen und Vorteile elektronischer Abwicklung	104
4.2	Bedeutung von Auktionen zwischen Unternehmen im Internet	106
4.3	Internetauktionen zwischen Unternehmen in der Praxis	108
4.3.1	Konzeption und Durchführung	109

4.3.1.1	Auktionsplattformen	109
4.3.1.2	Auktionsparameter	111
4.3.2	Spezifische Besonderheiten und verbundene Fragestellungen	115
4.3.2.1	Der Kreis der Bieter	115
4.3.2.2	Wiederholtes Aufeinandertreffen	116
4.3.2.3	Die Nachfragestruktur	117
4.3.2.4	Reduzierte Unsicherheiten	118
4.4	Grundmodell wiederholter Auktionen zwischen Unternehmen im Internet .	118
4.4.1	Das Modell und seine Lösung	120
4.4.2	Theoretische Implikationen	125
4.4.2.1	Entwicklung des Preispfades	125
4.4.2.2	Optimale Versteigerungsreihenfolge	130
4.4.3	Empirische Evidenz am Beispiel des Gebrauchtwagenhandels	136
5	Internetauktionen als Beschaffungsinstrument	151
5.1	Einkauf und Verkauf: Zwei Seiten derselben Medaille	152
5.2	Bedeutung von Internetauktionen als Beschaffungsinstrument	153
5.3	Internetauktionen als Beschaffungsinstrument in der Praxis	154
5.3.1	Konzeption und Durchführung	154
5.3.1.1	Bedarfsspezifikation	155
5.3.1.2	Lieferantenauswahl	156

5.3.1.3	Auktionsplattformen	157
5.3.1.4	Auktionsparameter	158
5.3.2	Spezifische Besonderheiten und verbundene Fragestellungen	161
5.3.2.1	Die umgedrehte Struktur von Beschaffungsauktionen . .	161
5.3.2.2	Vergaberestriktionen und Kapazitätsbeschränkungen . . .	161
5.3.2.3	Multidimensionalität	163
5.4	Modelltechnische Abbildung und theoretische Implikationen	168
5.4.1	Grundstruktur umgekehrter Auktionen	169
5.4.2	Grundmodell bei Kapazitätsbeschränkungen oder Vergaberestriktionen	171
5.4.3	Bietverhalten bei Multidimensionalität	176
6	Gemeinsame Beschaffungsplattformen mehrerer Unternehmen	183
6.1	Kostenreduktion oder virtuelle Kartellbildung	184
6.2	Bedeutung Gemeinsamer Beschaffungsplattformen	186
6.3	Gemeinsame Beschaffungsplattformen in der Praxis	186
6.3.1	Zielsetzung beteiligter Unternehmen	187
6.3.2	Kartellrechtliche Rahmenbedingungen	188
6.3.3	Spezifische Besonderheiten und verbundene Fragestellungen	189
6.3.3.1	Sequenzielle Struktur	190
6.3.3.2	Wettbewerb bei Up- und Downstream-Unternehmen . . .	190
6.4	Grundmodell Gemeinsamer Beschaffungsplattformen	191

6.4.1	Das Modell und seine Lösung	192
6.4.2	Theoretische Implikationen	196
6.4.2.1	Eigenständige oder Gemeinsame Beschaffungsplattform	196
6.4.2.2	Versteigerungsreihenfolge und Anreizkompatibilität	204
7	Zusammenfassung und Ausblick	209
A	Zu Klassischen Auktionen	217
A.1	Rechenregeln für Ordnungsstatistiken	217
A.2	Exkurs: Affilierte Zufallsvariablen und deren Dichtefunktion	219
A.3	Bietverhalten in simultanen Mehr-Objekt-Auktionen	221
B	Zu Auktionen im Internet	223
B.1	Entwicklung der Hostzahlen (deutschland- und weltweit)	223
B.2	Entwicklung der Zahl der Internetnutzer	224
B.3	Das Mitbieten bei eBay.de	225
B.4	Bieterbewertung bei eBay.de	226
B.5	Gesamtübersicht untersuchter Auktionsplattformen	227
C	Zu Internetauktionen zwischen Unternehmen	229
C.1	Überprüfung der Bedingung zweiter Ordnung	229
C.2	Optimale Versteigerungsreihenfolge bei Dissynergien	230
C.3	Erwarteter Preisverlauf bei Dissynergien	231

C.4	Weitere Regressionsoutputs des Empirischen Teils	234
C.5	Geeignete Bedarfe für die Beschaffung mit Internetauktionen	236
C.6	Wichtige Gemeinsame Beschaffungsplattformen	237
C.7	Verallgemeinerung: Schnittmenge zwischen Zulieferergruppen	238