

Ausprägungsformen des eCommerce

Wirtschaftliche Aspekte

Vorgetragen von Daniel Trautmann
Seminararbeit, 21.06.2012

Gliederung

1. eCommerce: Definition und Abgrenzung
2. Grundmodelle der Internetökonomie
3. Eigenschaften des eCommerce
4. Geschäftsmodellvarianten des eCommerce
5. Volkswirtschaftliche Betrachtung des eCommerce
6. Ausblick

1. eCommerce: Definition und Abgrenzung

1.1. Synonyme

1.2. Abgrenzung nach Plattformen

1. eCommerce: Definition und Abgrenzung

eCommerce: Anbahnung, Vereinbarung und Abwicklung von Transaktionen im Internet

- Abwicklung von operativen, taktischen und strategischen Aufgaben im Absatzbereich

eBusiness: Oberbegriff für alle elektronischen Geschäftsaktivitäten

Internetökonomie: Beschreibt die Rahmenbedingungen und den Wirtschaftsraum der digital basierten Ökonomie

- Vernetzte Kommunikation, Interaktion und Transaktion, keine geographischen Einschränkungen

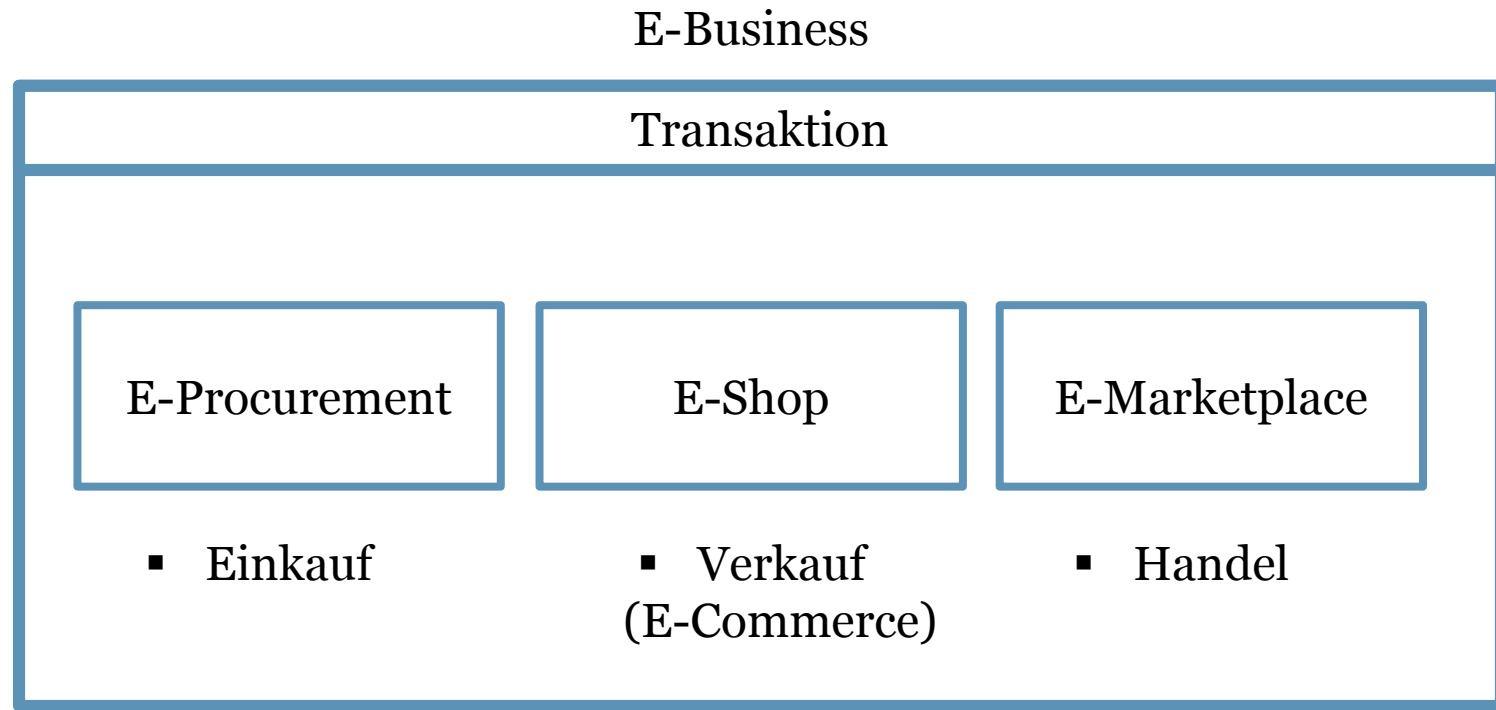
1. eCommerce: Definition und Abgrenzung

1.1. *Synonyme*

- eCommerce
 - ecomm, , Internethandel, Online Handel, elektronischer Handel, e-Tailing..
- Internetökonomie
 - Netzwerkökonomie, Net economy, New economy

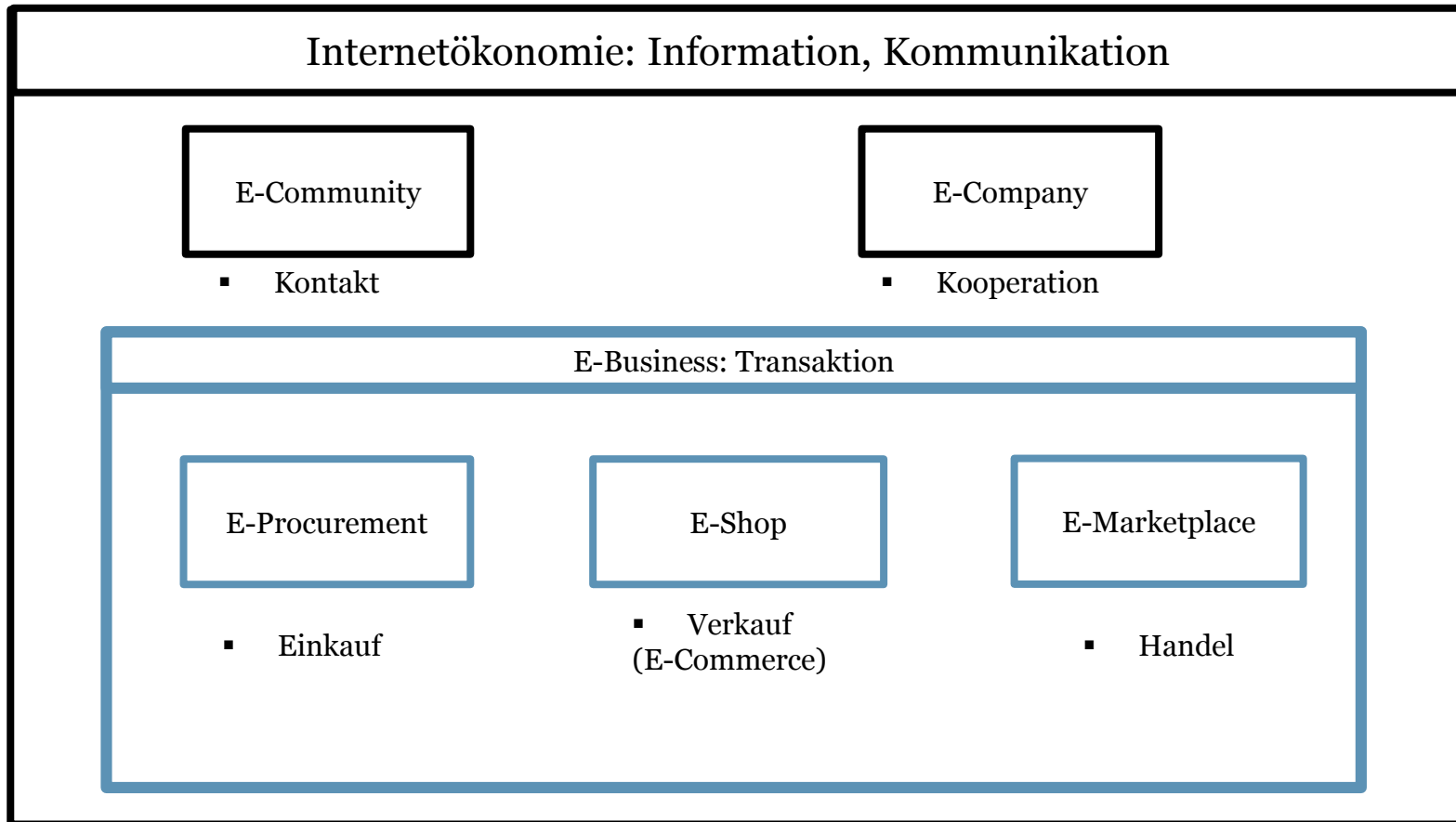
1. eCommerce: Definition und Abgrenzung

1.2. Abgrenzung nach Plattformen



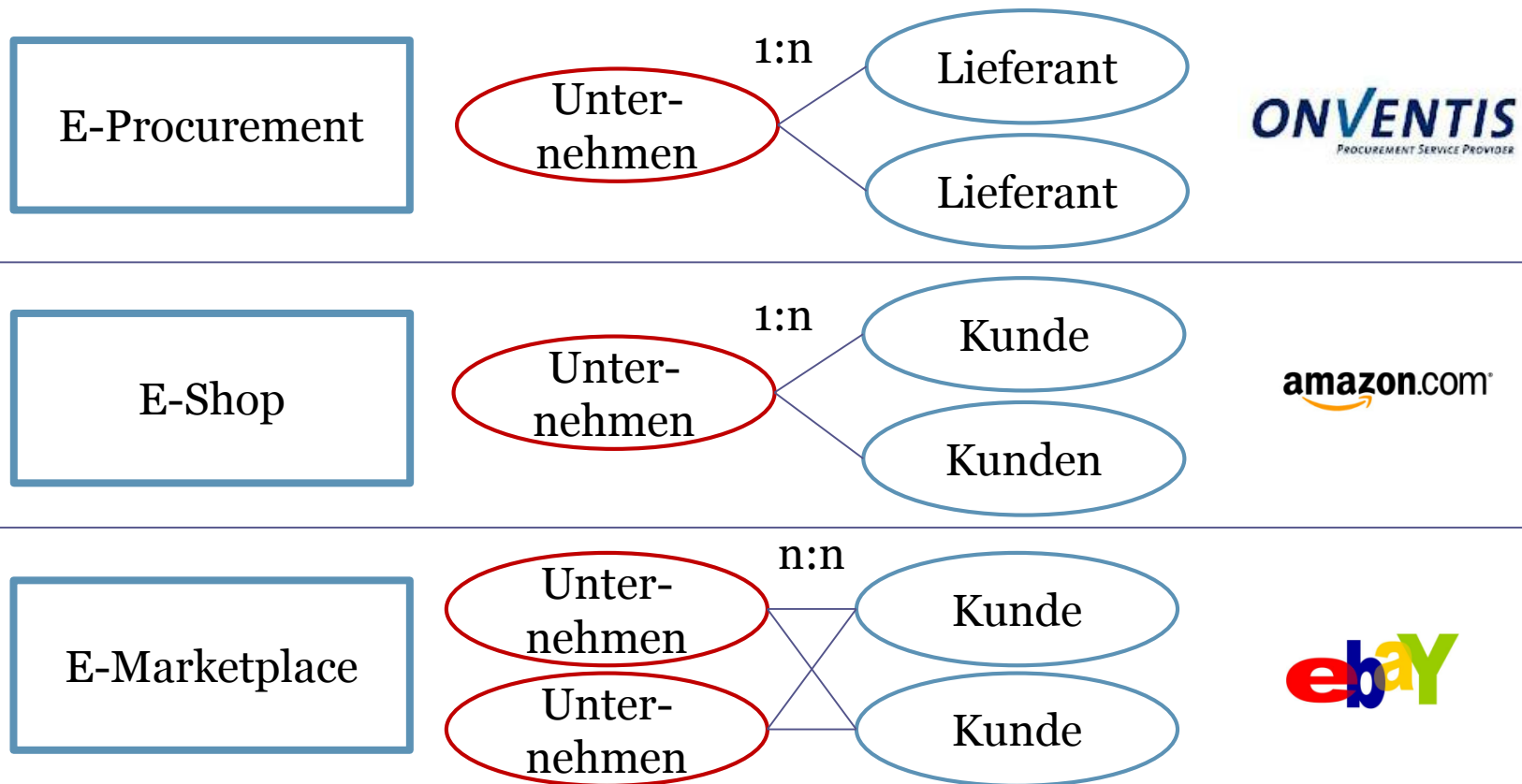
1. eCommerce: Definition und Abgrenzung

1.2. Abgrenzung nach Plattformen



1. eCommerce: Definition und Abgrenzung

1.2. Abgrenzung nach Plattformen

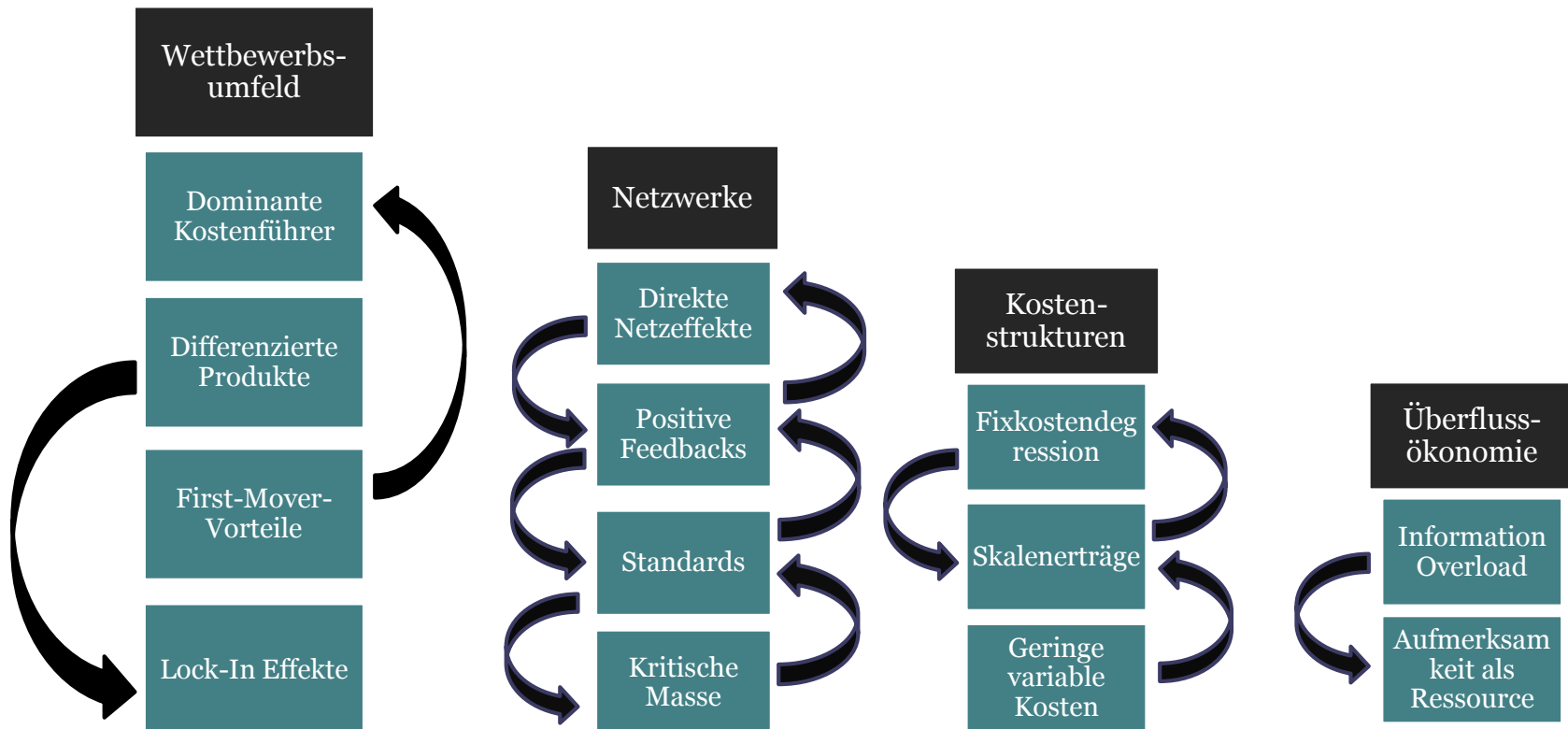


2. Grundmodelle der Internetökonomie

- 2.1. Charakteristika
- 2.2. Interaktionsmuster
- 2.3. Geschäftsmodelltypen

2. Grundmodelle der Internetökonomie

2.1. Charakteristika



2. Grundmodelle der Internetökonomie

2.2 *Interaktionsmuster*

		Leistungsnachfrager		
		Consumer	Business	Administration
Leistungsanbieter	Consumer			
	Business			
	Administration			

2. Grundmodelle der Internetökonomie

2.2 Interaktionsmuster

Umsatz 2010
B2C: Ca. 53 Mrd. €
B2B: Ca. 630 Mrd. €

		Leistungsnachfrager		
		Consumer	Business	Administration
Leistungsanbieter	Consumer	<u>Consumer-to-Consumer (C2C)</u> z.B. Kleinanzeige auf einer persönlichen Homepage	Consumer-to-Business (C2B) z.B. Webseite mit persönlichem Fähigkeitsprofil	Consumer resp. Citizen-to-Administration (C2A) z.B. Bürger bewertet öffentliches Umweltprojekt
	Business	<u>Business-to-Consumer (B2C)</u> z.B. Produkte und Dienstleistungen in einem eShop	<u>Business-to-Business (B2B)</u> z.B. Bestellung bei Lieferanten (Supply Chain)	Business-to-Administration (B2A) z.B. elektronische Dienstleistungen für öffentliche Verwaltungen
	Administration	Administration-to-Consumer resp. Citizen (A2C) z.B. Möglichkeit für elektronische Wahlen	<u>Administration-to-Business (A2B)</u> z.B. öffentliche Ausschreibung von Projektvorhaben	Administration-to-Administration (A2A) z.B. Zusammenarbeitsformen virtueller Gemeinden

2. Grundmodelle der Internetökonomie

2.3. Geschäftsmodelltypen

4C-Net Modell nach Wirtz

Commerce

Anbahnung

Aushandlung

Abwicklung von
Transaktionen

amazon.com

zalando

zalando

Content

Sammlung

Selektion

Systematisierung

Packaging

Bereitstellung

Bild.de

statista

Context

Klassifikation

Systematisierung

guentiger.de

Google

Connection

Informationsaustausch

Kommunikation

...T...Online...

ARCOR

2. Grundmodelle der Internetökonomie

2.3. Geschäftsmodelltypen

Morphologischer Kasten nach Clement

Merkmal	Ausprägung				
Güterabgrenzung	vertikal	horizontal	vertikal/horizontal		
Betreiber	Käufer	Verkäufer	Neutral	Öffentliche Hand	
Interessenorientierung	Käufersseitig	Verkäuferseitig	Neutralität		
Zugangsbarrieren	technisch	rechtlich	Volumen	finanziell	
Handelssystem	Store	Auktion	Ausschreibung	Börse	
Preisbildung	statisch	dynamisch	statisch/dynamisch		
Erlöse	Pro- vision	Erfolgs- beteiligung	Teilnahme- gebühr	Lizenz	Wer- bung
Wertschöpfung	Matching- orientiert		Transformations- orientiert	Transaktions- orientiert	
.....					

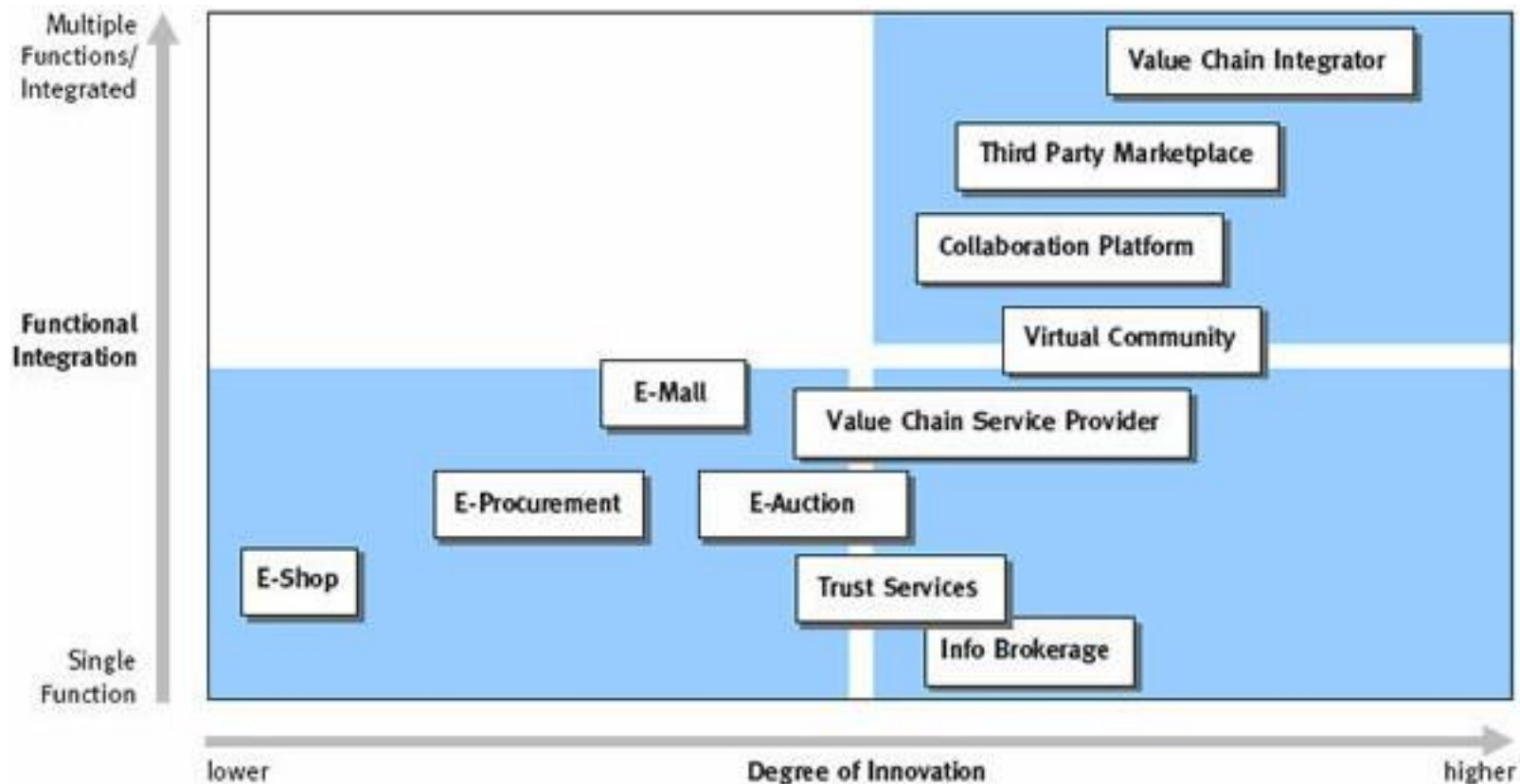


ebay.de

2. Grundmodelle der Internetökonomie

2.3. Geschäftsmodelltypen

Klassifizierung nach Timmers



2. Grundmodelle der Internetökonomie

2.3. Geschäftsmodelltypen

Geschäftsmodelltypen
nach Rappa

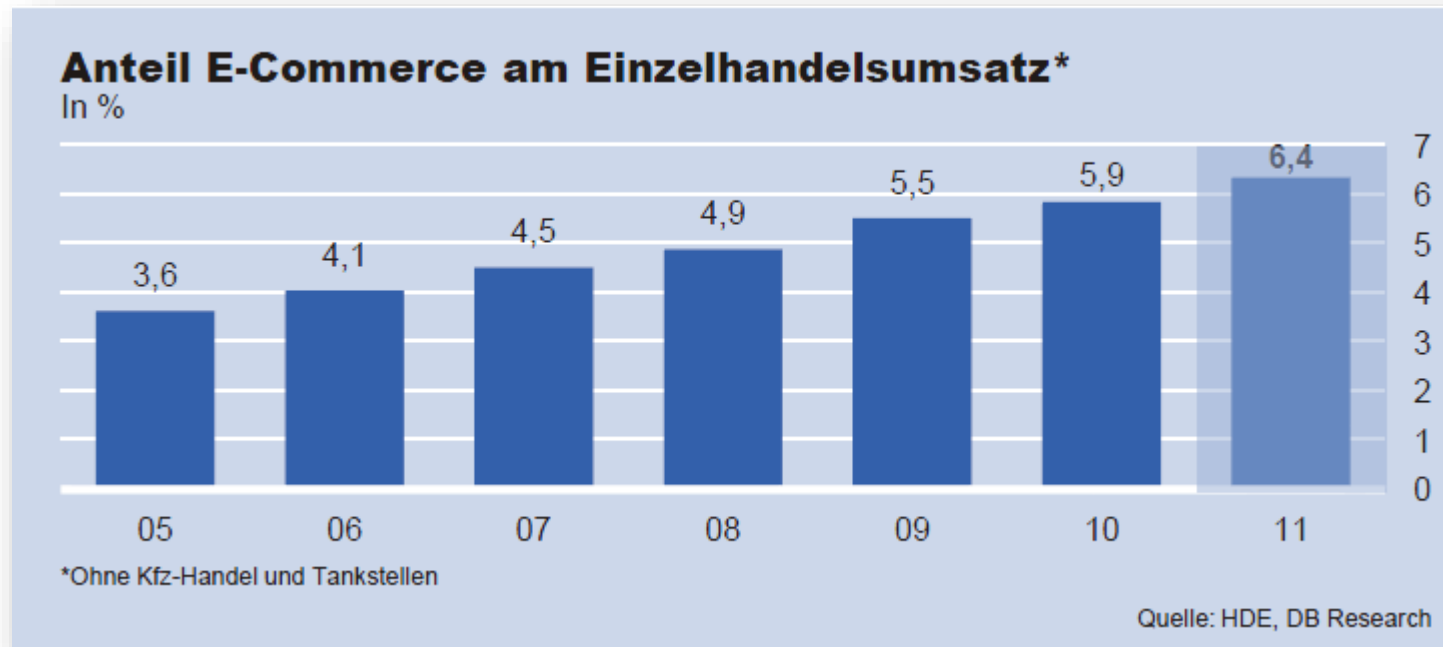
- Advertising
- Brokgerage
- Infomediary
- Merchant
- Manufactuerer
- Affiliate
- Community
- Utlility

3. Eigenschaften des eCommerce

- 3.1. Wirtschaftliche Bedeutung
- 3.2. Anforderungen an eCommerce-Betreiber
- 3.3. Wertschöpfungskette
- 3.4. Erlösmodelle

3. Eigenschaften des eCommerce

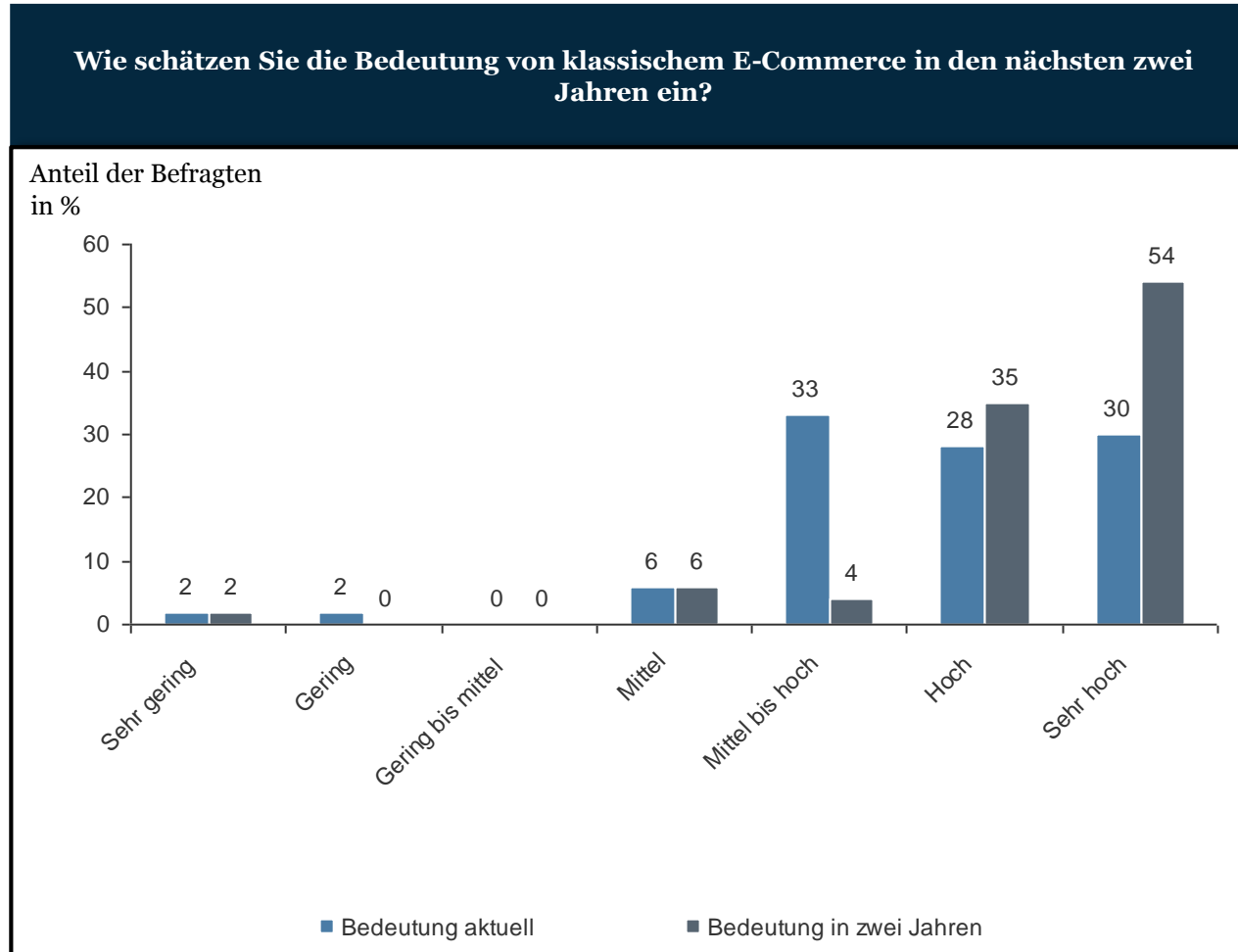
3.1. Wirtschaftliche Bedeutung



- Wachstum von 13% für die nächsten 4 Jahre erwartet

3. Eigenschaften des eCommerce

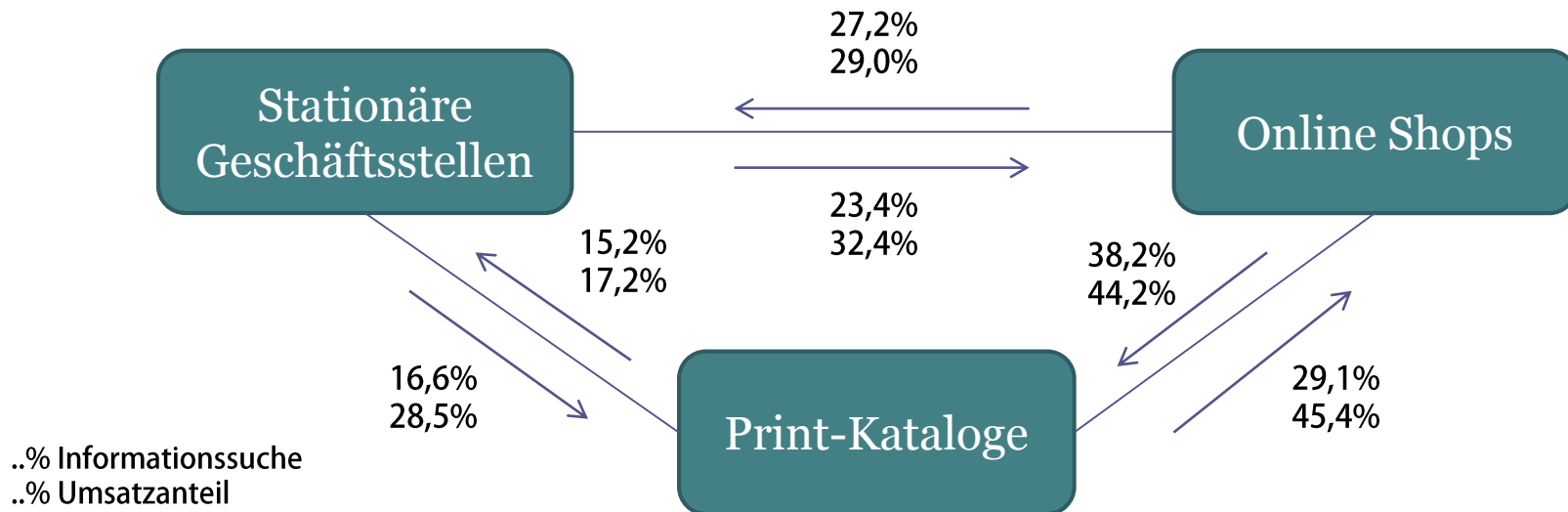
3.1. Wirtschaftliche Bedeutung



3. Eigenschaften des eCommerce

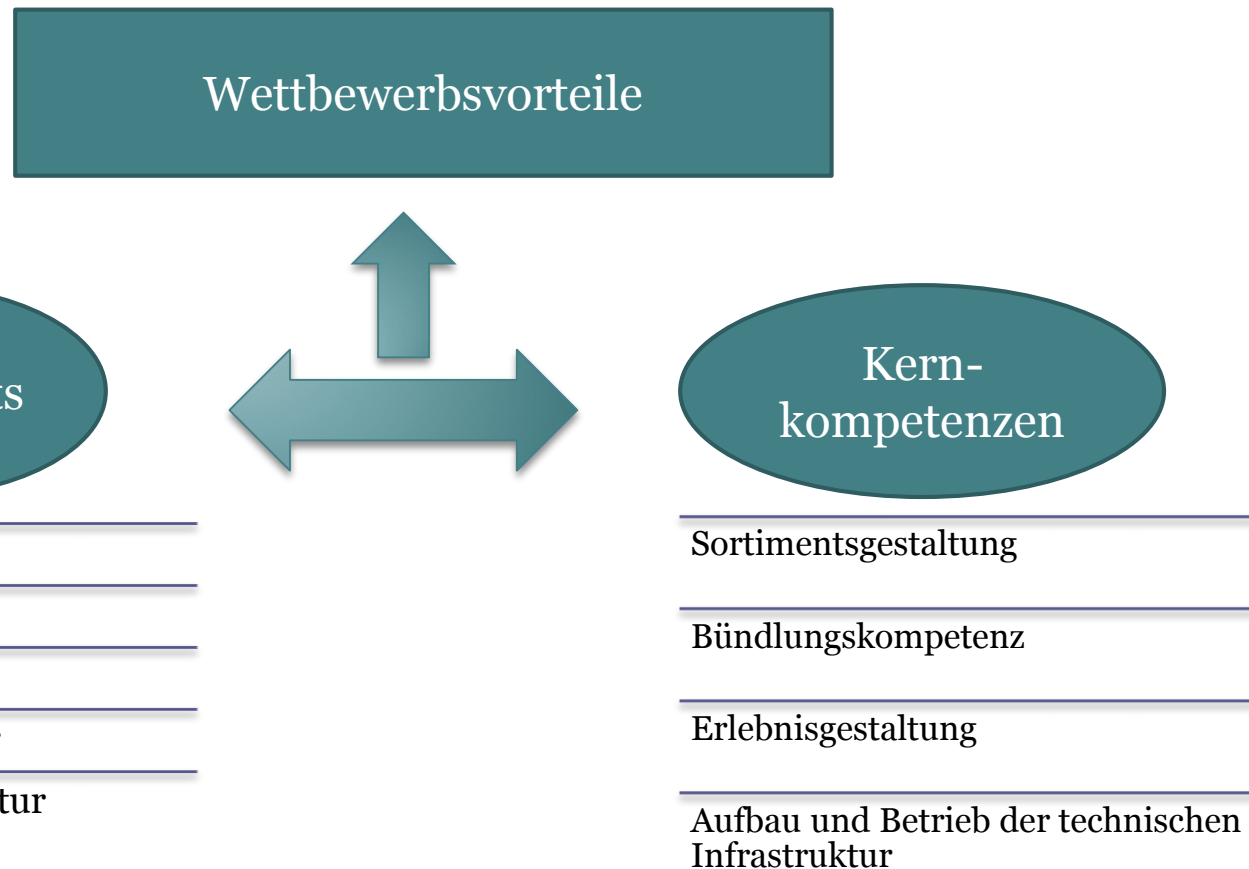
3.1. Wirtschaftliche Bedeutung

- Multi-Channel-Handel zunehmend relevant
 - 20% höhere Einnahmen bei Multi-Channel Händlern
 - Informationsbeschaffung und Kaufabschluss erfolgen über unterschiedliche Kanäle



3. Eigenschaften des eCommerce

3.2. Anforderungen an eCommerce-Betreiber



3. Eigenschaften des eCommerce

3.2. Anforderungen an eCommerce-Betreiber

Was sind aus Ihrer Sicht die drei größten Herausforderungen beim Verkauf von Waren und Dienstleistungen über das Internet?

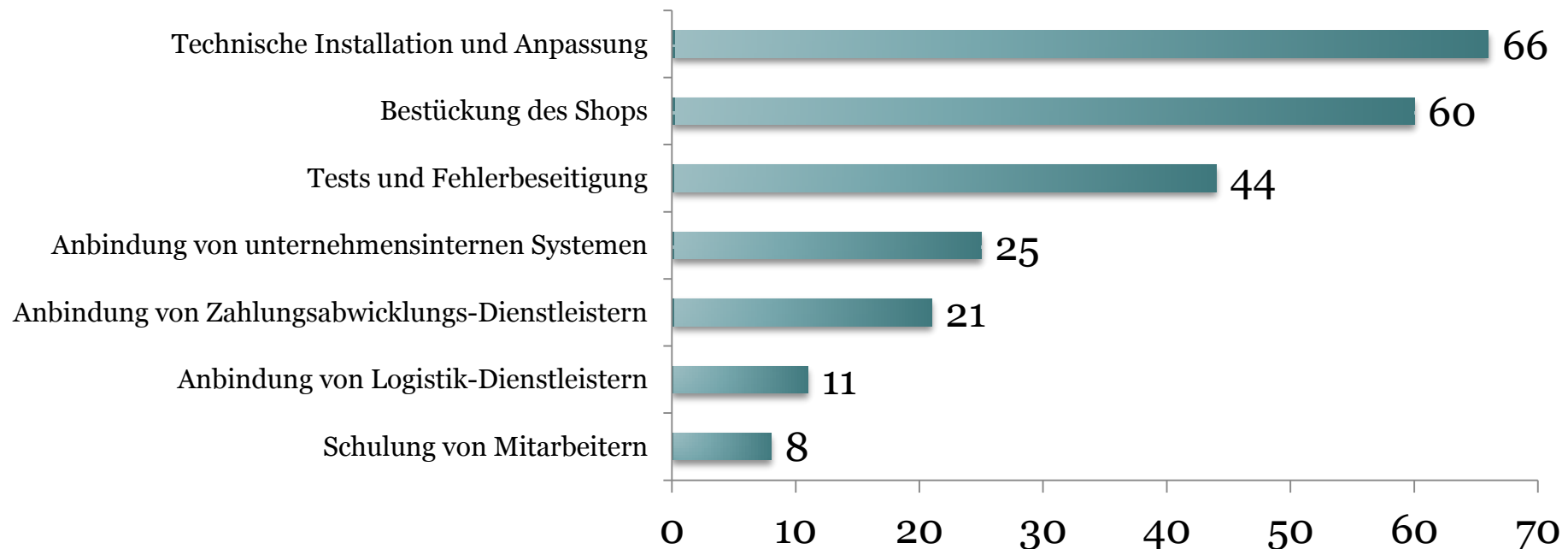


3. Eigenschaften des eCommerce

3.2. Anforderungen an eCommerce-Betreiber

Welche der folgenden Tätigkeiten haben bei der Bereitstellung Ihres Online-Shops den größten Aufwand verursacht?

Anteil der Befragten
in %



3. Eigenschaften des eCommerce

3.3. Wertschöpfungskette



Angebotsgestaltung

- Sortimentsgestaltung
- Zielgruppenbestimmung

Angebotspräsentation

- Shopgestaltung
- Warenpräsentation
- Servicegestaltung
- Erlebnisgestaltung

Marketing/Transaktionsanbahnung

- Vernetzung
- Markenentwicklung
- Kundenakquise
- Vertriebsaktivitäten

Abschluss/Preisfindung

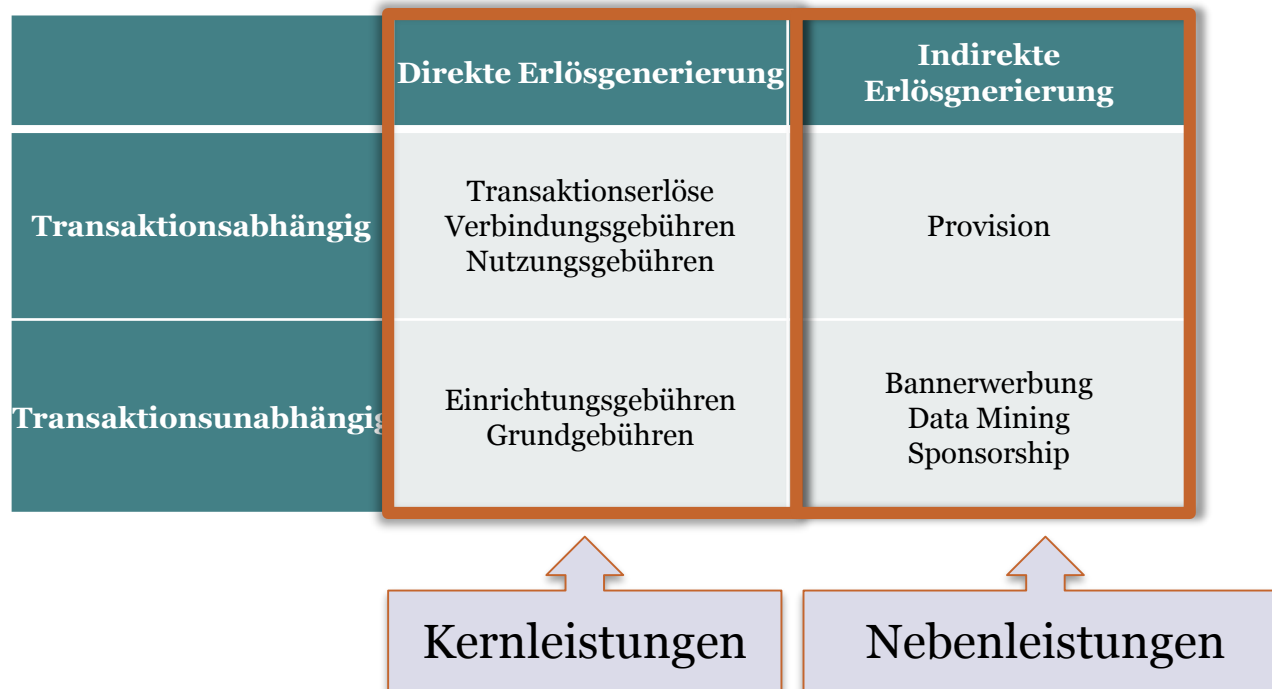
- Vertragsabschluss
- Preisbildung
- Zahlungsabwicklung
- Distribution

After-Sales Service

- CRM

3. Eigenschaften des eCommerce

3.4. Erlösmodelle



4. Geschäftsmodellvarianten des eCommerce

- 4.1. Gesamtmodell
- 4.2. E-Attraction
- 4.3. E-Bargaining
- 4.4. E-Transaction
- 4.5. E-Tailing

4. Geschäftsmodellvarianten des eCommerce

4.1. Gesamtmodell



4. Geschäftsmodellvarianten des eCommerce

4.2. *E-Attraction*

E-Attraction

- Anbahnung von Transaktionen
- Design, Vermarktung und Vermittlung von Werbung
- SEO/SEM
- Nutzung von Marktplätzen und Intermediären zur Reichweitenerhöhung

4. Geschäftsmodellvarianten des eCommerce

4.3. E-Bargaining

E-Bargaining

- Aushandlung von Geschäftsbedingungen
 - *Preis, Einkaufskonditionen*
- Kernkompetenz von Auktionen und Price Seeking-Anbietern

4. Geschäftsmodellvarianten des eCommerce

4.4. *E-Transaction*

E-Transaction

- Abwicklung von Transaktionen
 - Zahlungsabwicklung, Auslieferung
- Zahlungsdienste: Paypal, Payclick, sofort-
überweisung.de,..
- Logistikdienste: DHL, GLS, UPS,..

4. Geschäftsmodellvarianten des eCommerce

4.5. E-Tailing

E-Tailing

- Betrachtung des gesamten Transaktionsprozesses
 - Anbahnung, Verhandlung, Abwicklung
- Bündelung mehrerer eCommerce-Leistungen
- Anbieter verfügen ggf. über eigene Services der Teilbereiche
- Besonders geeignete Produkte
 - Hoher Markenwert, Digitale Güter, standardisierte geringwertige Güter

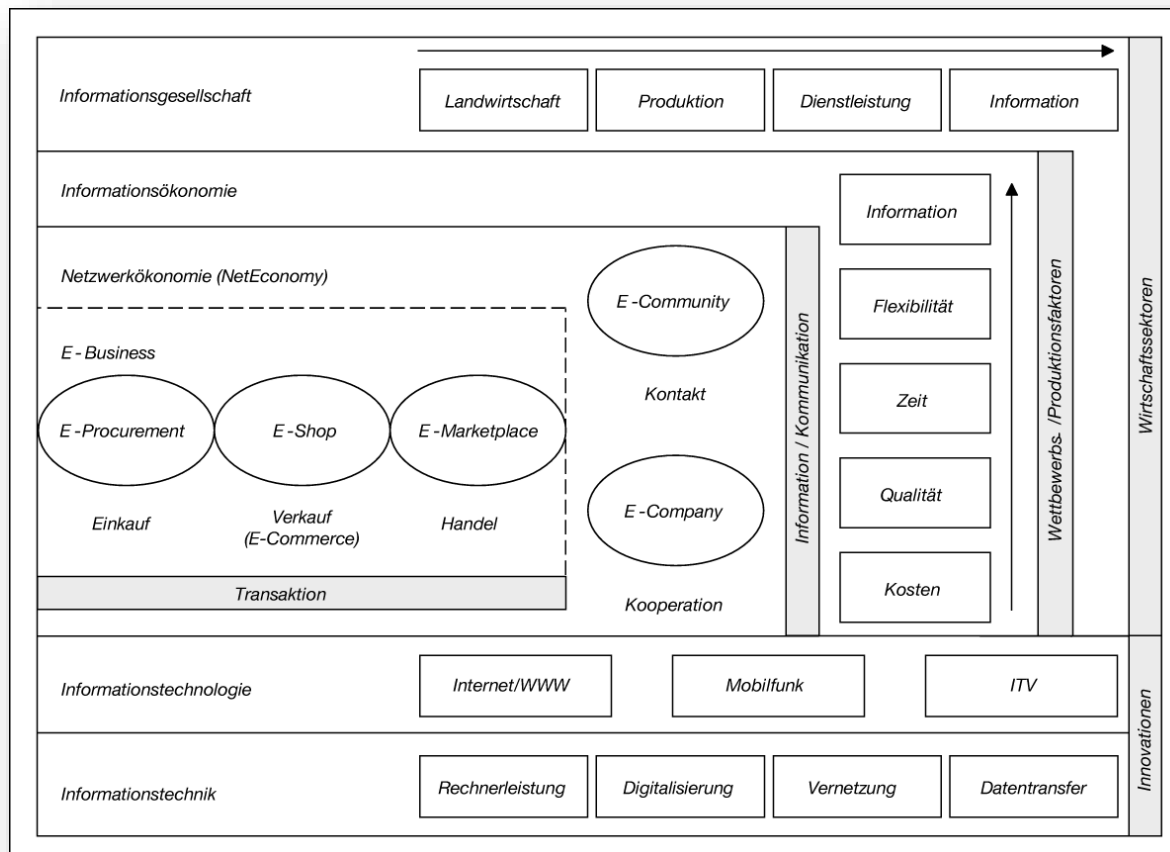


5. Volkswirtschaftliche Betrachtung des eCommerce

Schalenmodell

A decorative graphic consisting of several horizontal lines of varying lengths and colors (teal, white, and light blue) extending from the right side of the slide towards the center.

5. Volkswirtschaftliche Betrachtung des eCommerce Schalenmodell



	Anteile der Erwerbstätigen im Dienstleistungssektor an allen Erwerbstätigen, in Prozent
1991	59,5
1992	61,4
1993	62,8
1994	63,8
1995	64,5
1996	65,7
1997	66,4
1998	67,1
1999	68,0
2000	68,7
2001	69,2
2002	70,1
2003	70,7
2004	71,3
2005	71,9
2006	72,3
2007	72,4

Quelle: Stat. Bundesamt (2008)

6. Ausblick



6. Ausblick

Web 1.0

Web 2.0

Web 3.0?

- Bisher: Großes Angebot an Informationen
 - Unterschiedliche Aufbereitung von Webplattformen
 - Erschwert das Suchen nach personalisierten Informationen
- Ziel: Semantic Web
 - Austausch von Informationen der Webservices ohne Verlust der Bedeutung der Informationen
 - Automatisierung der Aggregation, Bewertung und des Vergleichs von Informationen
 - Umsetzung dauert an
- Alternative: Requestsysteme
 - Kunden erhalten individualisierte Informationen auf Anfrage(Bsp. askerus.de)

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

Offene Fragen?

A decorative graphic consisting of several horizontal lines of varying lengths and colors (teal, light blue, white) extending from the right side of the slide towards the center.

Literaturverzeichnis

- BDVW; Mücke, Sturm & Company (2011): Künftige Bedeutung von E-commerce. Online verfügbar unter <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/216448/umfrage/entwicklung-der-bedeutung-von-e-commerce-in-den-naechsten-jahren/>, zuletzt geprüft am 20.06.2012.
- Clement, Reiner; Schreiber, Dirk (2010): Internet-Ökonomie. Grundlagen und Fallbeispiele der vernetzten Wirtschaft ; [Extras im Web]. Berlin, Heidelberg: Physica-Verl.
- Dapp, Thomas F. (2011): Der digitale Strukturwandel - Chancen für den Einzelhandel. Unter Mitarbeit von Stefan Schneider. Hg. v. DB Research. Deutsche Bank Research. Frankfurt am Main. Online verfügbar unter www.dbresearch.de/PROD/DBR_INTERNET_DE-
- DATACOM Buchverlag GmbH: Definition: eBusiness (electronic business). Hg. v. DATACOM Buchverlag GmbH. Online verfügbar unter <http://www.itwissen.info/definition/lexikon/E-Business-eBusiness-electronic-business.html>, zuletzt geprüft am 20.06.2012.
- PROD/PROD00000000000277459.pdf, zuletzt geprüft am 21.06.2012.

Literaturverzeichnis(2)

- E-Commerce-Center Handel, hybris GmbH (2011): Von Multi-Channel zu Cross-Channel - Konsumentenverhalten im Wandel. Hg. v. hybris GmbH E-Commerce-Center Handel. Online verfügbar unter http://www.lebensmittelzeitung.net/studien/pdfs/253_.pdf, zuletzt geprüft am 20.06.2012.
- ibi Research (2009): Die größten beim Verkauf von Waren und Dienstleistungen über das Internet. Online verfügbar unter <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/216448/umfrage/entwicklung-der-bedeutung-von-e-commerce-in-den-naechsten-jahren/>, zuletzt geprüft am 21.06.2012.
- ibi Research (2011): Tätigkeiten die bei der Bereitstellung von Online-Shops den größten Aufwand verursacht. Online verfügbar unter <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/73095/umfrage/e-commerce-bereitstellungsaufwand-von-web-shops/>, zuletzt geprüft am 20.06.2012.
- Kollmann, Tobias (Hg.) (2007): Web 2.0. Trends und Technologien im Kontext der Net Economy. 1. Aufl. Wiesbaden: Dt. Univ.-Verl.

Literaturverzeichnis(3)

- Kollmann, Tobias (2011): E-Business. Grundlagen elektronischer Geschäftsprozesse in der Net Economy. 4. Aufl. Wiesbaden: Gabler (Lehrbuch).
- Meier, Andreas; Stormer, Henrik (2009): eBusiness & eCommerce. Managing the Digital Value Chain. Berlin: Springer.
- Rappa, Michael (2007): Managing the Digital Enterprise. Business Models on the Web. Online verfügbar unter www.digitalenterprise.org, zuletzt geprüft am 20.06.2012.
- Timmers, Paul (1998): Business Models for Electronic Markets. Palo Alto.
- Wirtz, Bernd W. (2000): Electronic Business. 1. Aufl. Wiesbaden: Gabler (Gabler-Lehrbuch).
- Wirtz, Bernd W. (2010): Electronic Business. 3. Aufl. Wiesbaden: Gabler.

To-Do

- Begrifflichkeiten einheitlich
- Abstimmung Vortrag Ausarbeitung
- Mehr Quellen einfügen
- Auf Textfluss achten