

E-Business I
3. Definition und Abgrenzung im E-Business

Markus Groß

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

3
DEFINITION UND ABGRENZUNG

3.1 DIE INTERNETÖKONOMIE

2

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

3
DEFINITION UND ABGRENZUNG

Die Internetökonomie

- Durch den immer weiteren Ausbau des Internets ergeben sich die folgenden Auswirkungen
 - Einfache Übertragung der Informationsbestandteile von Aktivitäten
 - Wegfall der Unternehmens- und Ländergrenzen für Informationen
 - Einheitliche Technikbasis im gesamten Wertschöpfungsnetzwerk
 - Neue Partnerschaften durch weltweites, standardisiertes Informationsmedium



3

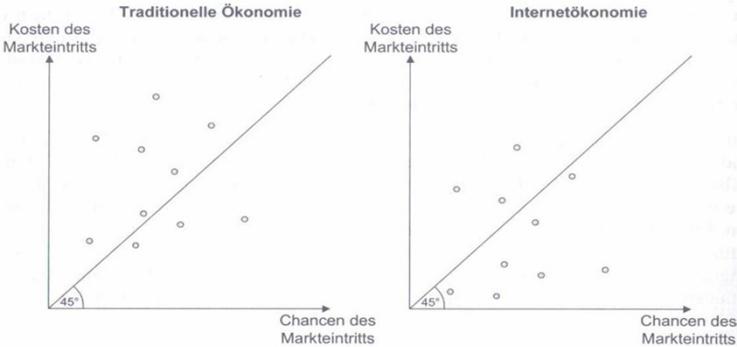
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

3
DEFINITION UND ABGRENZUNG

Verändertes Kosten-/Chancenverhältnis

Markteintritt in der Internetökonomie

- In der Internetökonomie ist ein Wegbrechen der klassischen Eintrittsbarrieren aus finanzieller und technologischer Sicht festzustellen



The figure consists of two side-by-side scatter plots. The left plot is titled 'Traditionelle Ökonomie' and the right plot is titled 'Internetökonomie'. Both plots have 'Kosten des Markteintritts' (Costs of market entry) on the vertical axis and 'Chancen des Markteintritts' (Opportunities of market entry) on the horizontal axis. A 45-degree line is drawn in both plots, starting from the origin. In the 'Traditionelle Ökonomie' plot, most data points are located above the 45-degree line, indicating that costs are generally higher than opportunities. In the 'Internetökonomie' plot, most data points are located below the 45-degree line, indicating that opportunities are generally higher than costs, showing a significant reduction in entry barriers.

4

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

3
DEFINITION UND ABGRENZUNG

Die traditionellen Wettbewerbsfaktoren

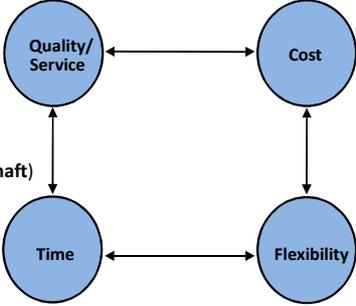
Ohne E-Business Betrachtung

Kosten
Es kommt darauf an, das eigene Leistungsangebot für den Nachfrager kostengünstiger (billiger) als vergleichbare Konkurrenzangebote offerieren zu können. (**Kostenführerschaft**)

Flexibilität
Es kommt darauf an, bei wichtigen Merkmalen des Produktes eine kundenorientierte Differenzierung vorzunehmen. (**Bedarfsführerschaft**)

Zeit
Es kommt darauf an, die Leistung zu einem bestimmten Zeitpunkt an einem bestimmten Ort anbieten zu können. (**Verfügbarkeitsführerschaft**)

Qualität/Service
Es kommt darauf an, mit seinem Leistungsangebot den qualitativen Ansprüchen des Nachfragers zu genügen. (**Qualitätsführerschaft**)



Quelle: Weiber, R./Kollmann, T. (1998), in: European Journal of Marketing, Nr. 7/8, Vol. 32 (1998), S. 608.

5

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

3
DEFINITION UND ABGRENZUNG

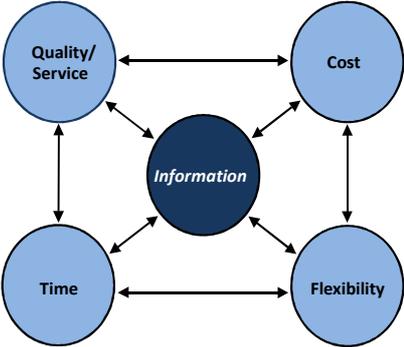
Die Informationen

als „neuer“ Wettbewerbsfaktor im E-Business

Informationen
Es kommt darauf an, mit Hilfe von Informationen das eigene Leistungsangebot zu verbessern und damit sich besser im Markt zu bewegen als die Konkurrenz. (**Informationsführerschaft**)

Informationen als Wirtschaftsgut

- mit wachsender Bedeutung
- teuer zu erstellen bzw. zu generieren
- billig und schnell zu kopieren und weltweit zu verteilen
- mit neuer Bedeutung für den Wirtschaftsprozess und den Wettbewerb



Quelle: Weiber, R./Kollmann, T. (1998) in: European Journal of Marketing, Nr. 7/8, Vol. 32 (1998), S. 608.

6

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

2

ENTWICKLUNG E-BUSINESS

Aktuelle Journals

Internet der langsame Abschied von der Gratiskultur

Handelsblatt
DIENSTAG, 1. NOVEMBER 2011, Nr. 211

Internet: Der langsam

Immer mehr Unternehmen verlangen für Dienstleistungen

Jens Koenen
Frankfurt

Es ist ein neuer Anlauf, mit einer Kultur zu brechen. Der Internetriese Google macht

der Vergangenheit immer wieder gescheitert,
Apple hat gezeigt, wie es geht
Doch allmählich zeichnet sich ab,

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT BERGISCH GLADBACH

4

WERT DER INFORMATION

Die Information

Wettbewerbsfaktor Information als Basis der Informationsökonomie

Qualität/Service

Das Leistungsangebot muss den qualitativen Ansprüchen des Nachfrager genügen (Qualitätsführerschaft)

Kosten

Das Leistungsangebot wird dem Nachfrager kostengünstiger als vergleichbare Konkurrenzprodukte offeriert (Kostenführerschaft)

Information

Die Information hat eine eigene Bedeutung für den Wirtschaftsprozess und den Wettbewerb (Informationsführerschaft)

Zeit

Die Leistung kann zu einem bestimmten Zeitpunkt an einem bestimmten Ort angeboten werden (Verfügbarkeitsführerschaft)

Flexibilität

Bei wichtigen Merkmalen des Produktes kann eine kundenorientierte Differenzierung vorgenommen werden (Bedarfsführerschaft)

8

Quelle: Weiber, R./Kollmann, T. (1998) in: European Journal of Marketing, Nr. 7/8, Vol. 32 (1998), S. 608.

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT BERGISCH GLADBACH

3
DEFINITION UND ABGRENZUNG

Aktuelle Journals

Blogger zertrümmert Siemens Kühlschränke

Blogger zertrümmert Siemens-Kühlsch

In China wächst Kritik an Qualität und Ku

Finn Mayer-Kuckuck
Peking

In China eskaliert der Konflikt zwischen einem prominenten Blogger und dem Hausgerätehersteller Bosch-Siemens. Am Sonntagmorgen hat der Publizist Luo Yong-berichten online ihren Produkte. Luo beklagt die langsame Reaktion im Netz und die Entschuldigung von Siemens en

9

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

3
DEFINITION UND ABGRENZUNG

Kennzeichen der Internet-Ökonomie

```

graph TD
    A[Kennzeichen der Internet-Ökonomie] --> B[Digitalität]
    A --> C[Information als Produktionsfaktor]
    A --> D[Globalität]
    A --> E[Vernetzung]
    A --> F[Kooperation und Coopetition]
  
```

10

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

3
DEFINITION UND ABGRENZUNG

Digitalität

- Die Digitalität führt zu Kosteneinsparung und Effizienzsteigerung
- Die erste Kopie ist teuer – weitere Kopien sind billig
- Fixkosten zur erstmaligen Einrichtung einer Aktivität sind hoch (**sunk-costs**)
- Variable Kosten dagegen sind niedrig und führen zu Kostendegression bei großen Stückzahlen (**economy of scale**)
- Es gibt kaum Kapazitätsbegrenzungen
- Preis orientiert sich am vom Kundenzugemessenen Wert; nicht an den Kosten

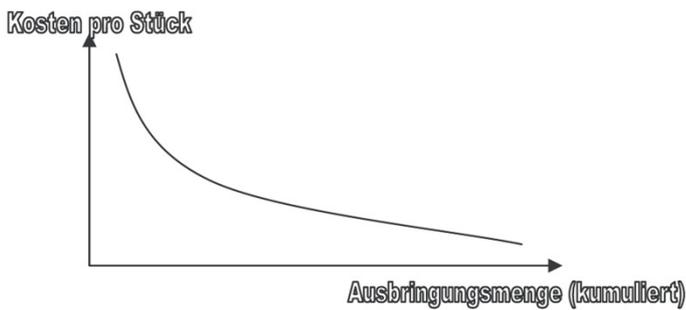
11

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

3
DEFINITION UND ABGRENZUNG

Abnahme der durchschnittlichen Copy Costs

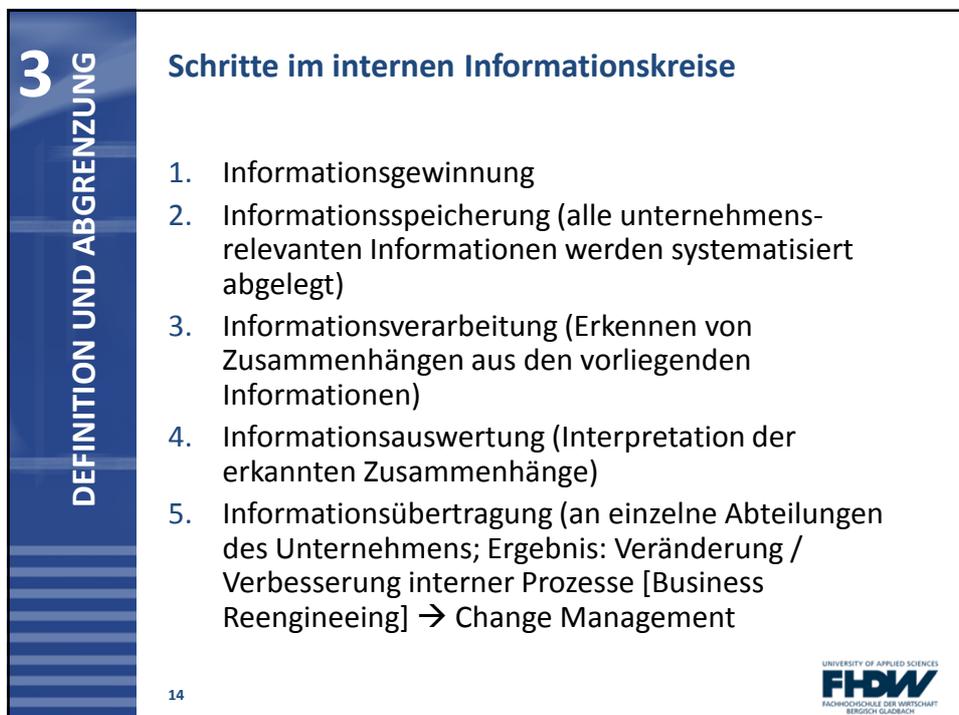
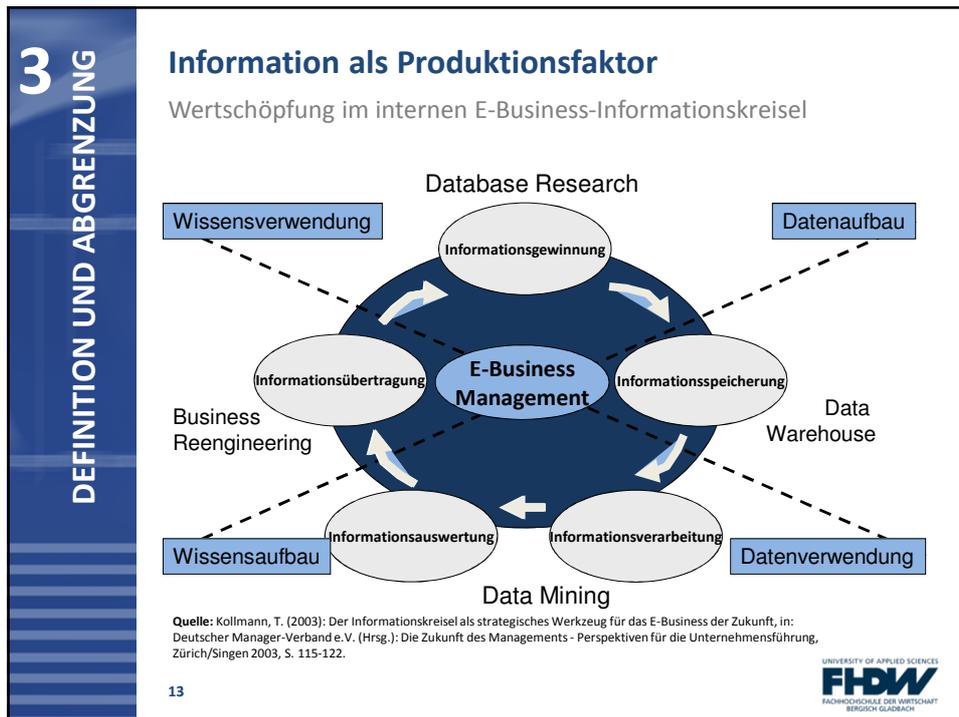
mit steigender Ausbringungsmenge

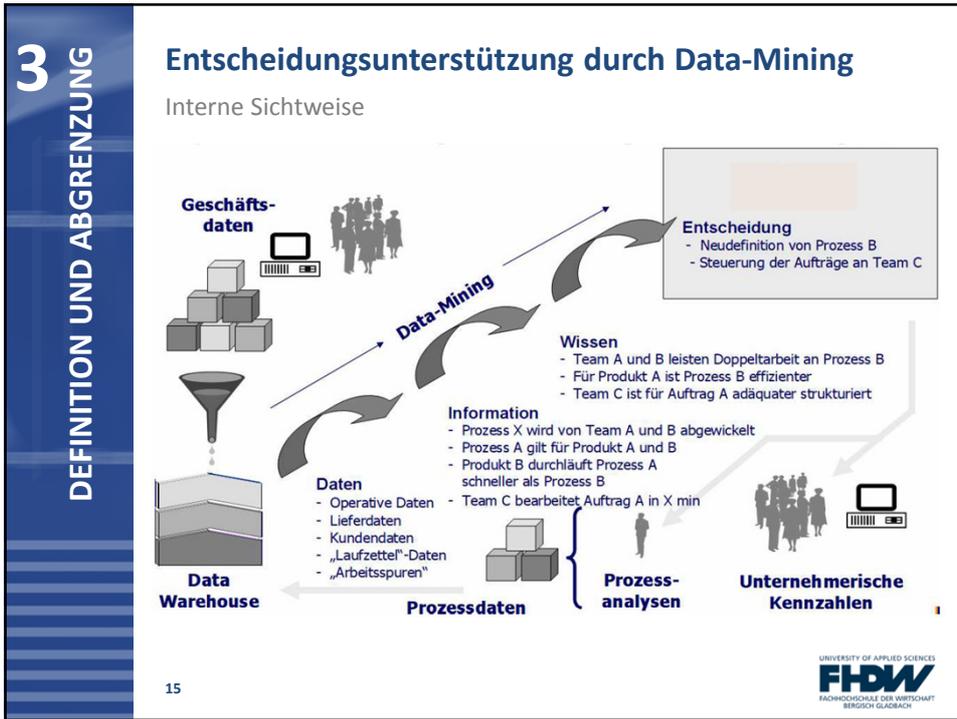


- Informationsprodukte bergen ein erhebliches Potential um Skaleneffekte zu realisieren
→ Kostendegression durch Digitalisierung

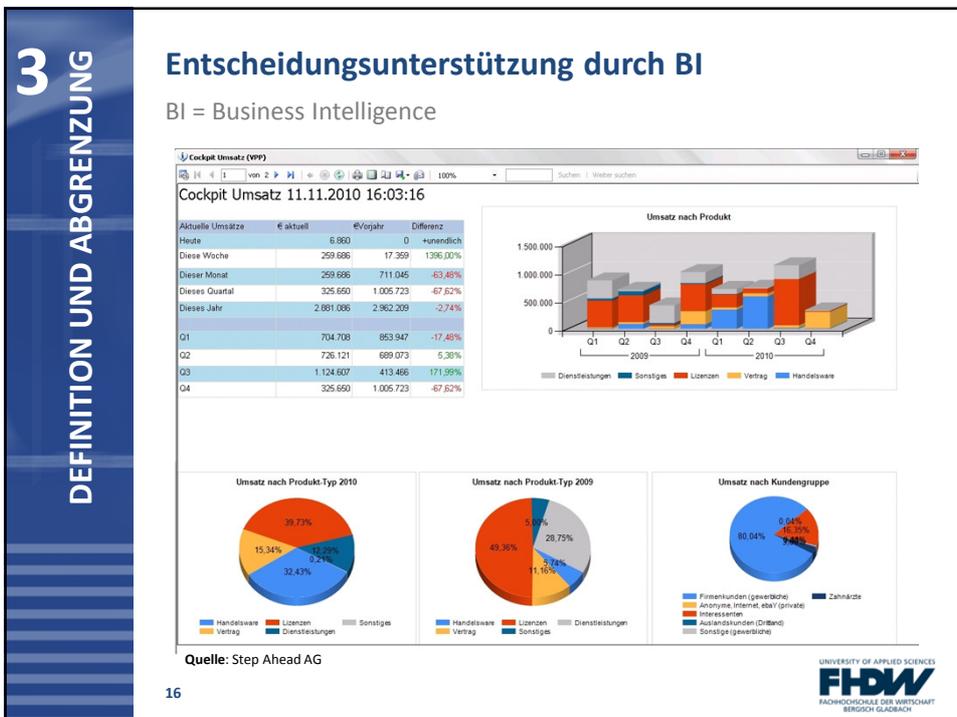
12

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH





15



16

3

DEFINITION UND ABGRENZUNG

Entscheidungsunterstützung durch BI

BI = Business Intelligence

The screenshot displays a comprehensive BI dashboard with the following components:

- Navigation:** Top menu with filters for 'Beratung/MS-Concept', 'Lernschritte/Anfragen', 'Checklist', 'Kunden', 'Auftragsarten', 'Regionen', and 'Vertriebs'. A search bar and 'Zustand' dropdown are also present.
- Charts:** Four line charts showing trends for 'Entwicklung Umsatz', 'Entwicklung Materialkosten', 'Entwicklung Rohertrag', and 'Entwicklung Auftragsöffnung' over 12 months.
- Data Tables:**
 - Umsatz Kunde Periodenvergleich:** Lists customer groups like 'Sommer' and 'Winter' with 2009 vs 2008 values.
 - Umsatz Staat Periodenvergleich:** Lists countries like 'Deutschland' and 'Österreich' with 2009 vs 2008 values.
 - Umsatz Talgruppen Periodenvergleich:** Lists sales channels like 'Vertrieb Deutschland' and 'Vertrieb Ausland' with 2009 vs 2008 values.
 - Umsatz Vertriebspartner Periodenvergleich:** Lists sales partners like 'Mertens' and 'Schneider' with 2009 vs 2008 values.
- Key Figures (Kennzahlen):** Summary statistics for customers, sales partners, and states.
- Messageboard:** Two circular gauges showing 'Änderung Umsatz VJ' and 'Änderung Rohertrag VJ'.

Quelle: ALPHA Business Solutions AG

17

3

DEFINITION UND ABGRENZUNG

Information als Produktionsfaktor

Wertschöpfung im externen E-Business-Informationskreisel

The diagram illustrates the 'E-Business Informationskreisel' (E-Business Information Cycle) as a continuous loop around a central 'E-Business Management' hub. The cycle consists of the following stages:

- Informationsgewinnung (Information Acquisition):** Driven by 'Online Research' and 'Datenaufbau' (Data Building).
- Informationsspeicherung (Information Storage):** Involves a 'Data Warehouse'.
- Informationsverarbeitung (Information Processing):** Utilizes 'Datenverwendung' (Data Use).
- Informationsauswertung (Information Evaluation):** Feeds into 'Database Marketing'.
- Informationsübertragung (Information Transfer):** Supports 'Online Marketing'.
- Wissensverwendung (Knowledge Use):** Feeds back into 'Informationsgewinnung'.

Quelle: Kollmann, T. (2003): Der Informationskreisel als strategisches Werkzeug für das E-Business der Zukunft, in: Deutscher Manager-Verband e.V. (Hrsg.): Die Zukunft des Managements - Perspektiven für die Unternehmensführung, Zürich/Singen 2003, S. 115-122.

18

3
DEFINITION UND ABGRENZUNG

Der externe Informationskreisel

E-Business Management basiert auf dem Kreislauf von Informationen

- Die einzelnen Schritte entsprechen denen des internen Informationskreisels. Ziel ist es hier aber, die externen Prozesse zu reengineeren. Externe Prozesse im Bereich B2B und B2C also die Informationsgewinnung über Onlinekontakte zu den Kunden.
- Informationsverarbeitung und –auswertung im Hinblick auf externe Informationen. Man spricht hier vom Database Marketing für das Marketing relevante Daten.
- Online Marketing soll Kosten- oder Erlösvorteile generieren. Auch hier liegt der Kreiseffekt des kontinuierlichen Prozessdurchlaufs vor.

19

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

3
DEFINITION UND ABGRENZUNG

Datensammlung zum Ziel der Nutzeranalyse

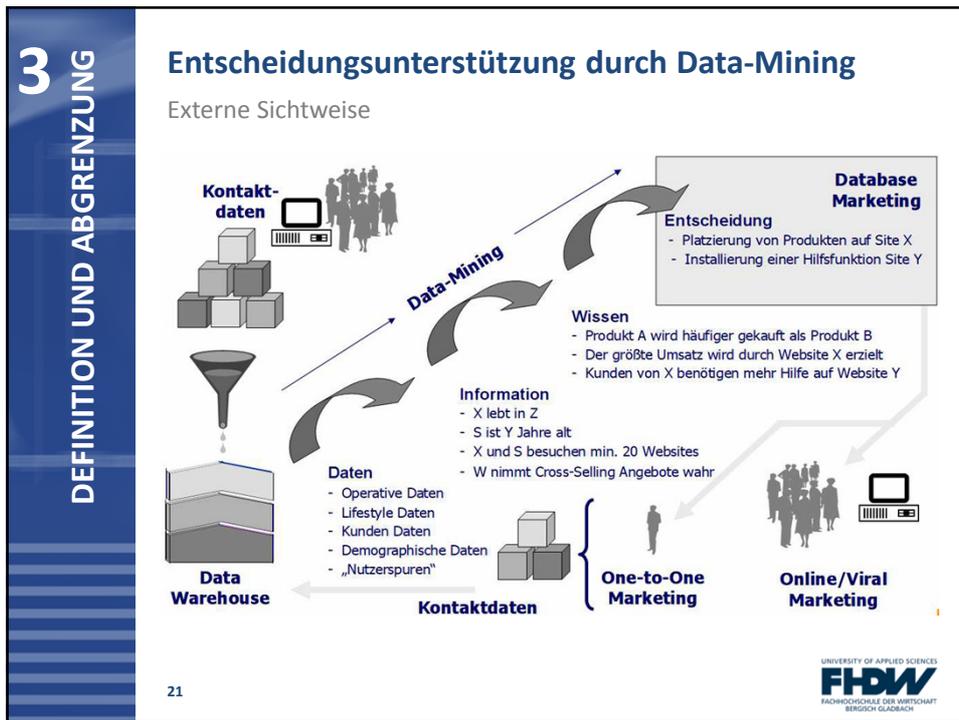
Reaktive ./ Non-reaktive Daten

Data collection	
Non-reactive data collection	Reactive data collection
Log files <ul style="list-style-type: none"> • Server logs • Proxy logs • Application logs 	CGI-based files <ul style="list-style-type: none"> • Server-related • Client-related • Query-related
Special applications <ul style="list-style-type: none"> • Cookies • Software agents • Modified browser technologies • Packet-sniffing technologies • Web bugs 	Form spaces <ul style="list-style-type: none"> • Closed spaces • Open spaces
	Selection menus

Quelle: Kollmann, T. (2003): Der Informationskreisel als strategisches Werkzeug für das E-Business der Zukunft, in: Deutscher Manager-Verband e.V. (Hrsg.): Die Zukunft des Managements - Perspektiven für die Unternehmensführung, Zürich/Singen 2003, S. 115-122.

20

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH



3 DEFINITION UND ABGRENZUNG

Entscheidungsunterstützung durch Data-Mining

Wertschöpfung im externen E-Business-Informationskreisel

amazon.de

Hallo, Markus Groß. Wir haben Empfehlungen für Sie (basierend auf) Markus' Amazon | Sonderangebote | Wunschzettel | Gutscheine | Geschenke

Alle Kategorien ansehen Suche Alle Kategorien

- Bücher
- Kindle
- Musik, Games, Filme & TV
- Computer & Software
- Elektronik & Foto
- Küche & Haushalt
- Baumarkt, Garten & Tier
- Auto & Motorrad
- Lebensmittel & Drogerie
- Spielzeug & Baby
- Kleidung, Schuhe & Uhren
- Sport & Freizeit

Kindle

Meistgekauft, meistgewünscht, meistgeschenkt

99€
Hier klicken

Weitere Artikel für Sie

Sie haben angesehen: Ihnen könnten diese Artikel gefallen:

TOPSTAR NX29R G20 Bürodrehstuhl Net...	Topstar OP20QG20 Bürodrehstuhl Open...	Topstar Open Art 2010 OPA0TB900...	TOPSTAR 9020A G20 Bürodrehstuhl Trend...	BürostuhlN24 63 Bürostuhl...
EUR 149.90	EUR 149.99	EUR 284.00	EUR 99.00	EUR 89.80

> Verlauf besuchter Seiten anzeigen und ändern

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FH
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

22

3

DEFINITION UND ABGRENZUNG

Entscheidungsunterstützung durch Data-Mining

Wertschöpfung im externen E-Business-Informationskreisel

Empfehlungen für Sie: Bücher

				
<small>Korfu 1 : 50 000: Besondere... Freitag-Berndt und Artania KG Landkarte EUR 7,95 Diese Empfehlung korrigieren</small>	<small>ADAC Reiseführer Korfu: Leitfaden... Peter Peter Taschenbuch EUR 6,50 Diese Empfehlung korrigieren</small>	<small>Korfu / Corfu 1 : 65 000: Alle... Reise Know-How Verlag Peter Rump Landkarte EUR 8,90 Diese Empfehlung korrigieren</small>	<small>MARCO POLO Reiseführer Brasilien... Petra Schaeber Brochüert EUR 9,95 Diese Empfehlung korrigieren</small>	<small>Marco I Chile... Carl C Sieber Broschi EUR 9, Diese E korrigie</small>

Empfehlungen basierend auf Ihren besuchten Seiten

				
<small>Business Intelligence - Grundlagen... Hans-Georg Kemper, Walid Mahanna, Carsten Unger Taschenbuch EUR 29,95</small>	<small>Raus aus der BI-Falle: Wie Business... Ronald Bachmann, Guido Kemper Taschenbuch EUR 24,95</small>	<small>Von der Strategie zum Business... Tom Gensper, Andreas Totok, Steffen Stock Gebundene Ausgabe EUR 69,90</small>	<small>Business Intelligence und Reporting mit SQL Server 2008... Gerhard Brosius, Pedro Azevedo, ... Gebundene Ausgabe EUR 59,00</small>	<small>Business Intelligence und Reporting Services... Server 2008 Busine Dummi ... Swain Taschen EUR 1;</small>

23

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FH
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

3

DEFINITION UND ABGRENZUNG

Entscheidungsunterstützung durch Data-Mining

Wertschöpfung im externen E-Business-Informationskreisel

Inspiriert von Ihren Stöber-Trends

Sie haben angesehen: Ihnen könnten diese Artikel gefallen:

			
<small>Gigaset C300A Trio Schnurlostelefon...</small>	<small>Gigaset A600A Trio Schnurlostelefon...</small>	<small>Gigaset A400A Trio Schnurlostelefone...</small>	<small>Gigaset A400 Trio Schnurlostelefon...</small>

Kunden, die sich diesen Artikel angesehen haben, haben sich auch angesehen:

Sie haben angesehen: Ihnen könnten diese Artikel gefallen:

					
<small>ONE FOR ALL SV 9215 DVB-T ANTENNE Unbekannt</small>	<small>Philips SDV6224 Aktive DVB-T Flach...</small>	<small>One for All SV 9215 DVB-T...</small>	<small>Kathrein BZD 30 Zimmer-Antenne für DVB-T</small>	<small>One For All SV 9380 Full HD DVB-T...</small>	<small>Telestar DVB-T...</small>

24

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FH
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

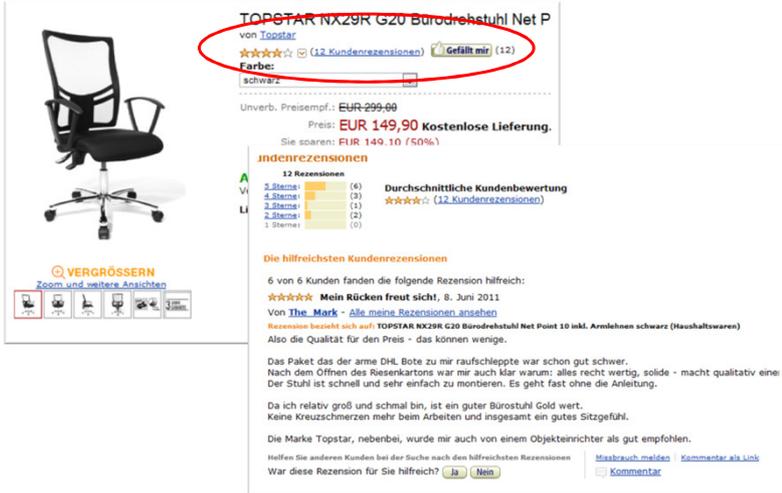
12

3

DEFINITION UND ABGRENZUNG

Entscheidungsunterstützung durch Data-Mining

Wertschöpfung im externen E-Business-Informationskreisel



25

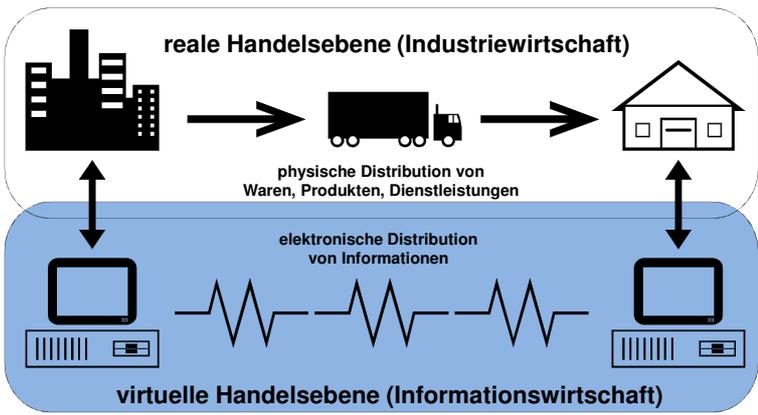


3

DEFINITION UND ABGRENZUNG

Prozess der Wertschöpfung

Reale ./ Virtuelle Handelsebene



reale Handelsebene (Industriewirtschaft)

physische Distribution von Waren, Produkten, Dienstleistungen

elektronische Distribution von Informationen

virtuelle Handelsebene (Informationswirtschaft)

Quelle: Kollmann, T. (2001): Virtuelle Marktplätze: Grundlagen - Management - Fallstudie, München 2001, S. 12.

26



3
DEFINITION UND ABGRENZUNG

E-Business als Informationswirtschaft

Verarbeitung von Informationen stellt die Basis von E-Business dar

- Waren und Dienstleistungen über das Internet können rund um die Uhr verkauft werden (**Produktangebot**)
- Firmen- und Produktpräsentationen können ansprechend gestaltet werden (**Informationsangebot**)
- Kontakte können gepflegt und Neukunden gewonnen werden (**Informationsnachfrage**)
- Kontakte können wesentlich direkter, diskreter und effektiver abgewickelt werden (**Informationsaustausch**)
- Neue Vertriebswege und Leistungsangebote können definiert werden (**Informationsverarbeitung**)

Quelle: Kollmann, T. (1998): The Information Triple Jump as the Measure of Success in Electronic Commerce, in: EM - Electronic Markets, Nr. 4, Vol. 8 (1998), S. 45.

27

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

3
DEFINITION UND ABGRENZUNG

Globalisierung

Unter **Globalisierung** versteht man den Prozess der zunehmenden weltweiten Vernetzung der Menschen und Gesellschaften und der Verbilligung ihres Marktzugangs

(vgl. Ebel, B. (2007), S. 33)

28

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

3
DEFINITION UND ABGRENZUNG

Positive Auswirkung der Globalisierung

Eine Auswahl

- Geografische Restriktionen fallen weg mit der Folge einer weltweiten Verfügbarkeit 24h/7d
- Die Warenvielfalt wird erhöht
- Güter werden billiger importiert und schaffen in ihren Herkunftsländern mehr Einkommen
- Effizienter Einsatz der Produktionsfaktoren in weltweiter Arbeitsteilung
- Steigerung der Wettbewerbsanreize
- Beschleunigung der technischen Entwicklung, weil sich bessere/günstigere Produkte durchsetzen

29

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

3
DEFINITION UND ABGRENZUNG

Negative Auswirkung der Globalisierung

Eine Auswahl

- Zunahme der weltweiten sozialen Ungerechtigkeit
- Furch vor Lohndumping und Lohnsenkung in reichen Ländern
- Umweltbeeinträchtigung durch zunehmenden Waren- und Personenverkehr
- uvm...

30

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

3
DEFINITION UND ABGRENZUNG

3.2 GRUNDLAGEN ELEKTRONISCHEN GESCHÄFTSVERKEHRS

31

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

3
DEFINITION UND ABGRENZUNG

Grundlagen des elektronischen Geschäftsverkehrs

```
graph TD; A[Grundlagen elektronischer Geschäftsverkehr] --> B[E-Business]; A --> C[Technologie-Ebenen]; A --> D[Anwendungsebenen]; A --> E[Arten der Güter]
```

32

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

3
DEFINITION UND ABGRENZUNG

E-Business Gedanke

Unternehmensablauf ohne E-Business

```

    graph LR
      L[Lieferant] -- Telefon --> U[Unternehmen]
      U -- Telefon --> K[Kunde]
      L -- Fax --> U
      U -- Fax --> K
      L -- E-Mail --> U
      U -- E-Mail --> K
      L -- Post --> U
      U -- Post --> K
  
```

- hohe Prozesskosten durch lange Durchlaufzeiten
- erschwerte Kommunikation durch Medienbrüche und daraus resultierende Doppelerfassung

33

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCH GLADBACH

3
DEFINITION UND ABGRENZUNG

E-Business Gedanke

Unternehmensablauf mit E-Business

```

    graph TD
      subgraph "Entwicklung"
        L[Lieferant] -- Telefon --> U[Unternehmen]
        U -- Telefon --> K[Kunde]
        L -- Fax --> U
        U -- Fax --> K
        L -- E-Mail --> U
        U -- E-Mail --> K
        L -- Post --> U
        U -- Post --> K
      end
      U -- Entwicklung --> I[Internet]
      subgraph "Internet"
        L <--> I <--> U
        U <--> I <--> K
      end
  
```

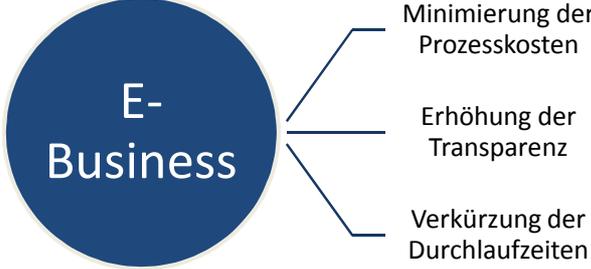
34

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCH GLADBACH

3
DEFINITION UND ABGRENZUNG

Technologeebenen im E-Business

- Durch den Zwang, den sich immer schneller verändernden Geschäftsprozesse zu folgen, müssen die vorhandenen Informationssysteme angepasst werden. Ziel ist:



Minimierung der Prozesskosten

Erhöhung der Transparenz

Verkürzung der Durchlaufzeiten

35

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

3
DEFINITION UND ABGRENZUNG

Technologeebenen im E-Business

Technologeebene	Beschreibung	Anwendungsgebiet
Internet	Öffentlich zugängliches weltweites Computernetz	Electronic Commerce – absatzorientiert mit Marketing, Vertrieb und Support für Kunden
Extranet	Geschlossenes Computernetz für registrierte Partner	Electronic Integration – logistikorientiert mit Kooperation, Beschaffung und E-Datenaustausch mit Partnern
Intranet	Unternehmensinternes Computernetz	Electronic Workflow – organisationsorientiert mit Workflows und ERP Software

36

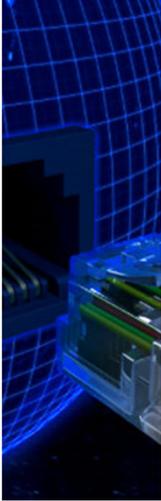
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

3
DEFINITION UND ABGRENZUNG

Das Internet

Kurze Wiederholung

- INTERconnected NETworks basiert auf verschiedenen, dezentral betriebenen internationalen und regionalen Netzen
- Das Internet verfügt über eine Vielzahl von Diensten, die es einem Anwender ermöglichen, Informationen zu empfangen oder zu senden
- WWW (World Wide Web), E-Mail, FTP (File Transfer Protokoll), Telnet und Voice over IP sind die bekanntesten anwendungsbezogenen Dienste



37

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

3
DEFINITION UND ABGRENZUNG

Aufbau von Informationen im Internet

Basis bis heute ist die Auszeichnungssprache HTML

Darstellung im Internet-Browser



Quelltext

```
<HTML>
<HEAD>
<TITLE>Erste HTML-Datei</TITLE>
</HEAD>
<BODY>
<h2>Hallo Welt</h2>
<p>
Dies ist eine einfache HTML-Datei.
</p>
</BODY>
</HTML>
```

38

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

3
DEFINITION UND ABGRENZUNG

Das Intranet

- Im Unterschied zum Internet kein öffentliches sondern ein firmeninternes Netzwerk
- Hierbei werden die im Internet üblichen Techniken und Dienste wie der HTTP und TCP/IP Protokoll verwendet
- Drauf aufbauend wird der Zugriff mittels Web-Browser auf die HTML-Dokumente mit Hyperlink eingesetzt
- Die Nutzung erfordert entsprechende Zugangsberechtigung und Sicherheitstechnologie

39

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCH GLADBACH

3
DEFINITION UND ABGRENZUNG

Das Extranet

Das **Extranet** ist – im Unterschied zum Internet und zum Intranet – kein öffentliches, aber auch kein abgeschottetes firmeninternes Netzwerk, sondern ein geschlossenes Netz, das die Kommunikation zwischen ausgewählten Geschäftspartnern im Business-to-Business Bereich über das öffentliche Internet ermöglicht.

(vgl. Ebel, B. (2007), S. 37)

40

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCH GLADBACH

3
DEFINITION UND ABGRENZUNG

Vorteile des Extranets

- Unternehmen, Lieferanten und Kunden können auf identische/aktuellste Informationen zugreifen
- Die Kommunikation und der Datenaustausch ist 24h/7d möglich
- Es können produktbezogene und kunden-spezifische Daten abgefragt/getauscht werden
- Auftrags und Bestelldaten können automatisiert übertragen und verarbeitet werden
- Die betriebswirtschaftlichen Systeme der Geschäftspartner können gekoppelt werden (EDI)

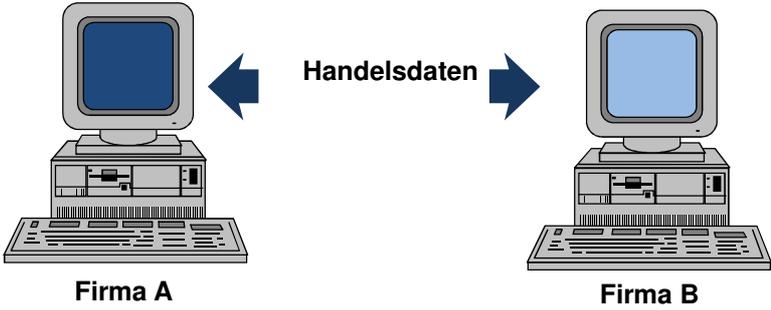
41

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

3
DEFINITION UND ABGRENZUNG

Elektronischer Datenaustausch (EDI)

Vorstellung vom optimalen Datenaustausch



Firma A **Firma B**

Unter EDI versteht man den computer-to-computer Austausch von strukturierten Geschäftsdokumenten in einem Standardformat zwischen Unternehmen

42

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

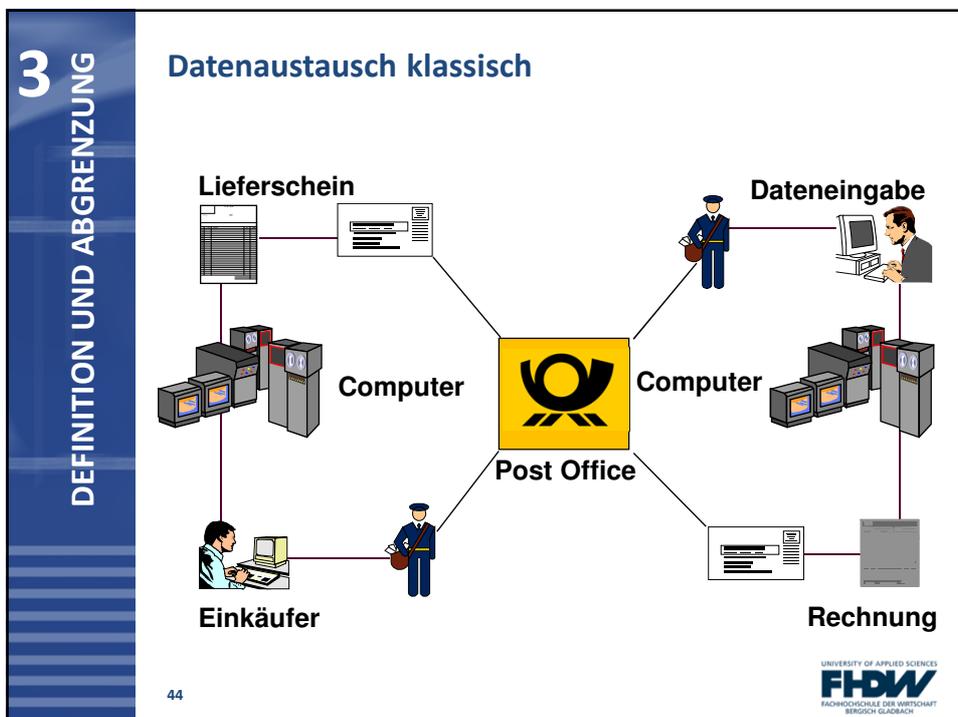
3
DEFINITION UND ABGRENZUNG

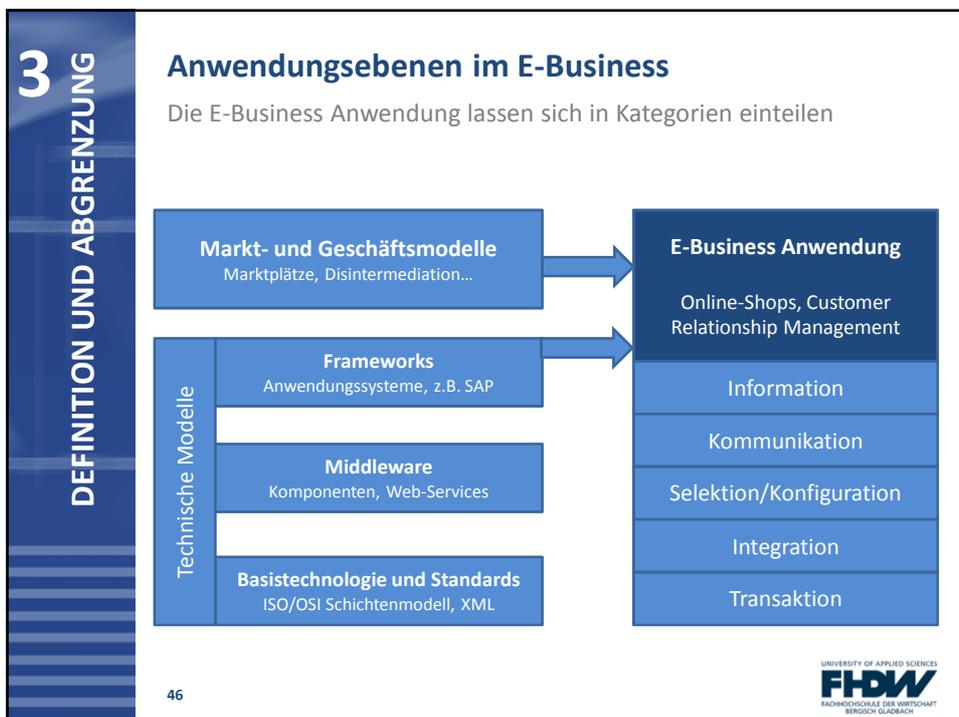
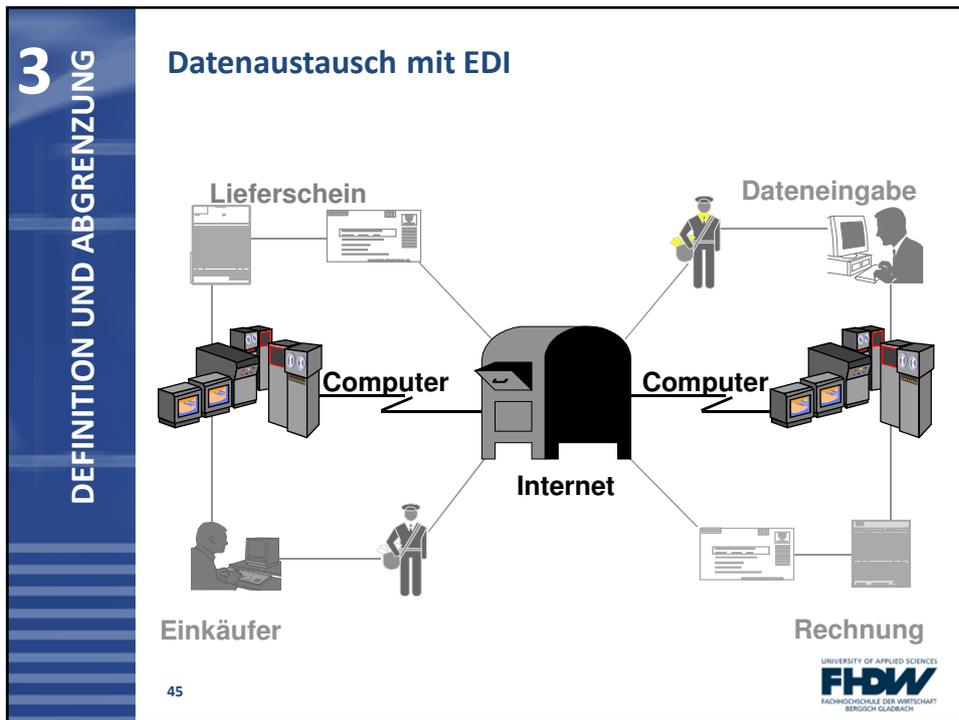
Elektronischer Datenaustausch (EDI)

- Austausch von strukturierten Geschäftsdaten wie
 - Bestellung
 - Rechnung
 - Überweisung
 - Zahlungsbedingung
- Weltstandard ist EDIFAC (Electronic Data Interchange for Administration, Commerce and Transport)
- Ziel ist die Rationalisierung des Informationsteils zwischen kooperierenden Unternehmen
- Zwischenlösung ist Web-EDI

43

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCH GLADBACH





3
DEFINITION UND ABGRENZUNG

Kategorien von E-Business Anwendungen (1 | 3)

- Informationsanwendungen
 - Interaktive Angebote in Form von Webseiten mit Information als Text (wikipedia.de)
 - Aber auch Videoangebote mit Informationen (rtl.de, n-tv.de)
 - Unterhaltungsangebote mit Radio und Spielfilmen
 - Zunehmend werden solche Inhalte auch kostenpflichtig
- Kommunikationsanwendung
 - Zweiwegekommunikation bei der Nutzer Fragen an z.B. den Betreiber einer Webseite stellen können
 - Rückantwort über verschiedene Medien (z.B. unenservice per E-Mail oder Ferndiagnose von Rechnersystemen)
 - Auch Austausch via Live-Chat oder Foren möglich

47

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCH GLADBACH

3
DEFINITION UND ABGRENZUNG

Kategorien von E-Business Anwendungen (2 | 3)

- Selektions- und Kommunikationsanwendungen
 - Dienste zur Entlastung der Anwender mittels Such- und Auswahlleistungen
 - Bekannte Beispiele interne Websitensuche via google.de oder bing.de
 - Zusätzlich können Produkte mittels Suchassistenten (guentstiger.de, idealo.de) oder Produktkonfigurator (z.B. Konfigurationsassistent bei Automobilfirmen) verglichen werden
- Integrationsanwendungen
 - Vernetzung oder Verkettung von Wertschöpfungsprozessen unterschiedlicher Unternehmen
 - Automatisierung von Informations-, Kommunikations- und Transaktionsprozessen (EAI)

48

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCH GLADBACH

3
DEFINITION UND ABGRENZUNG

Kategorien von E-Business Anwendungen (3|3)

- Transaktionsanwendungen
 - Hiermit werden die wirtschaftlichen Wechselbeziehungen vereinbart und realisiert
 - So wird beim Kauf und Verkauf von Waren oder Dienstleistungen der vollständige Einbezug aller dazu notwendiger Informationen sichergestellt



49

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCH GLADBACH

3
DEFINITION UND ABGRENZUNG

Beispiele für reale Anwendungen (1|5)

E-Administration	}	• Abwicklung innerhalb des E-Government, die mit den Kontakt zum Bürger zu tun haben
E-Collaboration E-Kooperation		• Netzwerkbasierte Zusammenarbeit von Kooperationspartnern z.B. durch Meetings per Videokonferenz, Diskussionsforen per E-Mail oder gemeinsamer Nutzung von Dokumenten und Anwendungen im Intra- oder Internet
E-Commerce	}	• Leistungsaustausch zwischen Handelspartnern über elektronische Netzwerke inklusiv aller damit verbundenen Informations- und Kommunikationsprozesse einschließlich der digitalen Bezahlung
E-Communication		• Netzwerkbasierte elektronische Kommunikationsplattform

50

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCH GLADBACH

3
DEFINITION UND ABGRENZUNG

Beispiele für reale Anwendungen (2|5)

E-Customer Relationship Management	<ul style="list-style-type: none"> • System zur Unterstützung des E-Business mit dem Ziel der Kundenbindung • Normierter Datenaustausch über Computernetzwerke ohne Medienbrüche • Verteilung und Verfolgung von Waren und Gütern • Aus- und Weiterbildungsleistung über elektronische Netzwerke • Bereitstellung von informierenden oder unterhaltenden Inhalten über elektronische Netzwerke oder Informations- und Kommunikationssysteme
Electronic Data Interchange (EDI)	
E-Distribution	
E-Education	
E-Edutainment E-Information E-Entertainment	

51

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCH GLADBACH

3
DEFINITION UND ABGRENZUNG

Beispiele für reale Anwendungen (3|5)

E-Administration	<ul style="list-style-type: none"> • Abwicklung innerhalb des E-Government, die mit den Kontakt zum Bürger zu tun haben • Netzwerkbasierte Zusammenarbeit von Kooperations-partnern z.B. durch Meetings per Videokonferenz, Diskussionsforen per E-Mail oder gemeinsamer Nutzung von Dokumenten und Anwendungen im Intra- oder Internet • Leistungsaustausch zwischen Handelspartnern über elektronische Netzwerke inklusiv aller damit verbundenen Informations-und Kommunikationsprozesse einschließlich der digitalen Bezahlung • Netzwerkbasierte elektronische Kommunikationsplattform
E-Collaboration E-Kooperation	
E-Commerce	
E-Communication	

52

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCH GLADBACH

3
DEFINITION UND ABGRENZUNG

Beispiele für reale Anwendungen (4|5)

E-Government	• Austausch von Informationen mit staatlichen Stellen (Dienstleistungen, Beschaffung) und zwischen staatlichen Stellen
E-Learning	• Lernformen mit Unterstützung durch Informations- und Kommunikationstechniken (Telelearning)
E-Marketing	• Absatzseitige Unternehmensdarstellung und Transaktion über das Internet durch Webseiten, E-Mails und Newsletter zur Kundenansprache und Kundenbindung
E-Organization	• Interne Kommunikation über Intranet, Document Management und Content Management Systeme, Groupware und Office Automation
E-Policy	• Staatliche Rahmenbedingung für den Einsatz von Informationstechnologie

53

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

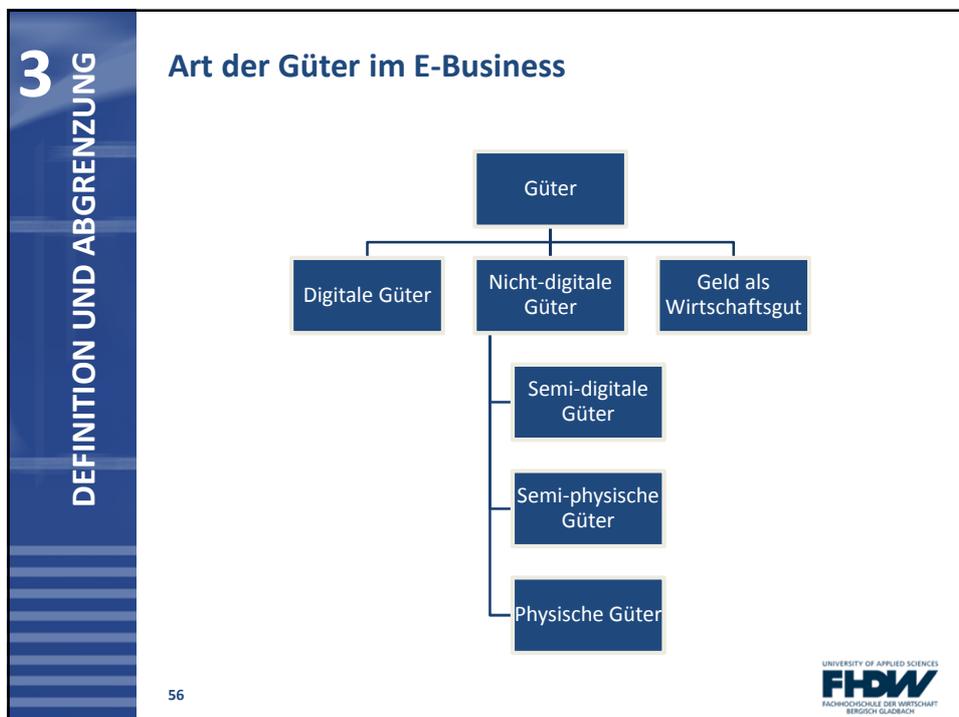
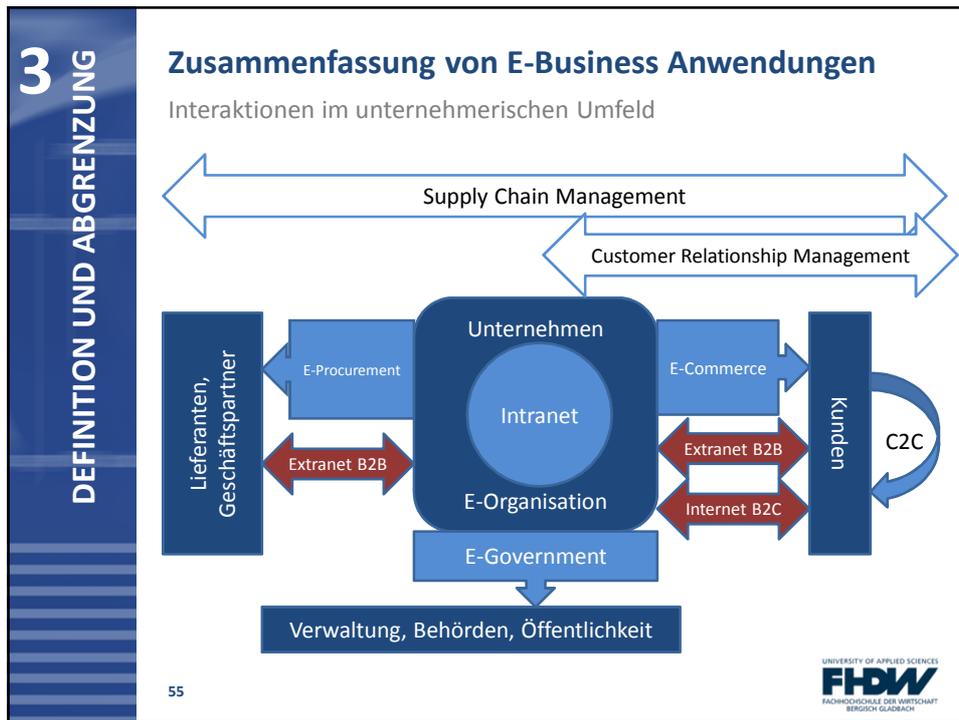
3
DEFINITION UND ABGRENZUNG

Beispiele für reale Anwendungen (5|5)

E-Procurement	• Beschaffungsseitige Transaktion über das Internet, z.B. elektronische Marktplätze, Online Ausschreibungen
E-Recruiting	• Personalbeschaffung über Internet-Medien
E-Sales oder E-Trailing (electronic retailing)	• Der reine Verkaufsvorgang an Kunden, meist über online Shops
E-Service	• Serviceleistung über das Internet, z.B. Lieferstatus
E-Supply Chain Management	• Systeme zur Unterstützung des E-Business durch Vernetzung der Partner bezüglich logistischer Anforderungen

54

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH



DEFINITION UND ABGRENZUNG

Art der Güter im E-Business

Digitale Güter Haben keinen gegenständlichen physischen Anteil

 Ideal für den elektronischen Handel

 Beispiele: Software, Musik MP3, (streaming)
Videos, Apps

Semi-digitale Güter Neben dem digitalen Teil werden noch weitere physische Leistungen angeboten

 Beispiel: Software mit zusätzlicher Beratungsleistung oder spezieller Hardware

57

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

DEFINITION UND ABGRENZUNG

Art der Güter im E-Business

Semi physische Güter Grundsätzlich nicht digitalisierbare Güter

 Es werden jedoch digitalisierte Informationen hinzugefügt (Produktbeschreibung oder Abwicklungsunterlagen)

Physische Güter Enthalten keinen digitalen Anteil, sie werden auf physischen Märkten gehandelt

 Beispiel: Maschinen, Anlagen oder Büromöbel

58

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

Art der Güter im E-Business

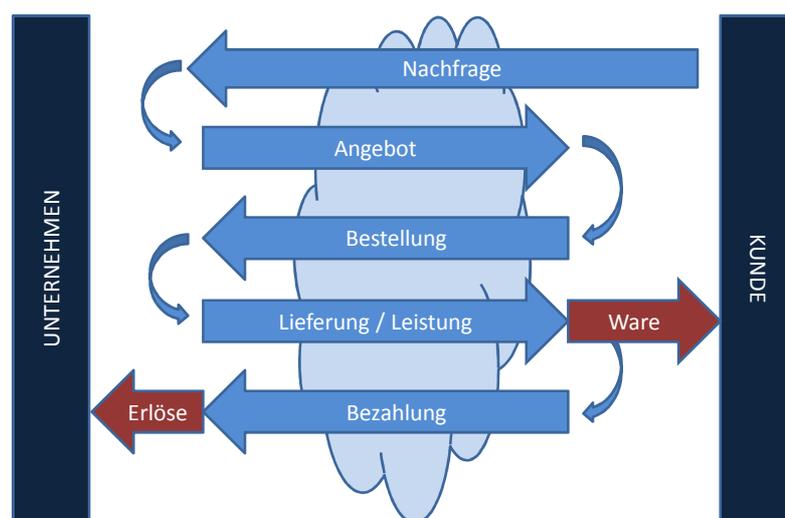
- Auf elektronischen Märkten werden Güter (Produkte, Leistungen) gegen Zahlungsmittel (Geld) getauscht
- Geld ist somit auch als Wirtschaftsgut zu betrachten
- Um einen Medienbruch zu vermeiden, müssen Zahlungsmittel digitalisiert werden



59

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCH GLADBACH

Geschäftsabwicklung im elektronischen Markt



60

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCH GLADBACH

3
DEFINITION UND ABGRENZUNG

Voraussetzung für die Teilnahme am E-Business

Angepasstes Güterangebot

- Die Gestaltung der Produktinformation als auch die Gestaltung der Information über den Anbieter selbst muss den Marktanforderungen entsprechen
- Zusätzlich notwendig sind Aussagen zur Marktstruktur, zur Marktsituation, zur Marktkapazität oder zur Preissituation

Technische Voraussetzungen

- Es muss eine ausreichendes hard- und softwaretechnisches Leistungsvermögen zur Abwicklung der Transaktion auf elektronischen Märkten vorliegen

61

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

3
DEFINITION UND ABGRENZUNG

Voraussetzung für die Teilnahme am E-Business

Personelle und organisatorische Voraussetzungen

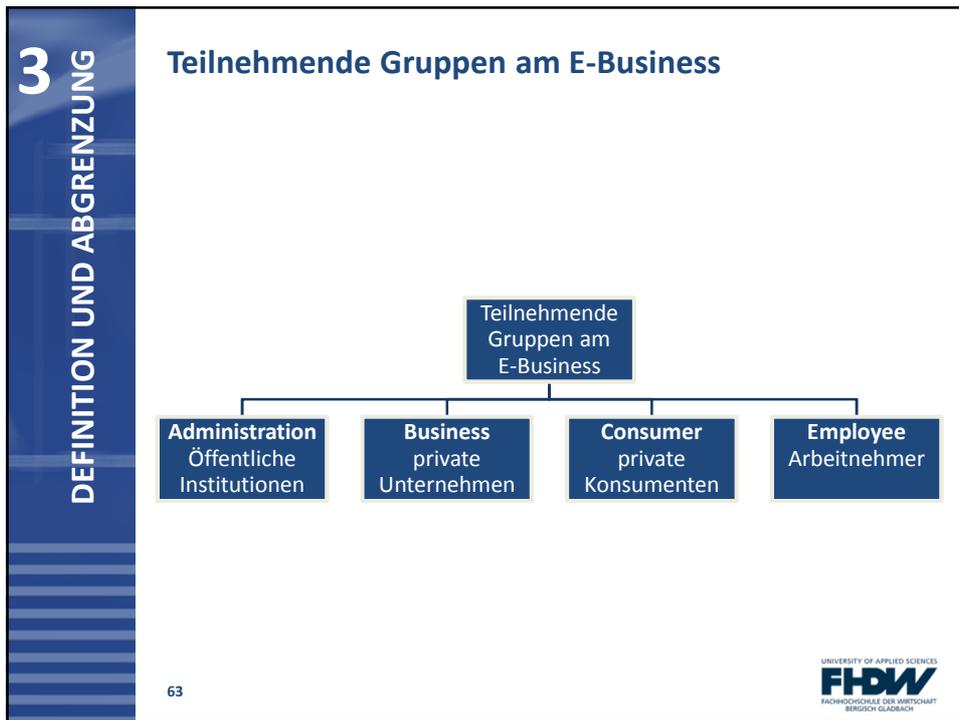
- Neben qualifiziertem Personal müssen die Geschäftsprozesse innerhalb der Unternehmen oder Verwaltung auf die Abwicklung im Internet angepasst sein

Rechtliche und marktorganisatorische Voraussetzungen

- Es ist notwendig, über rechtlich abgesicherte Vertriebsrechte oder Zugangsrechte zu bestimmten Märkten zu Verfügen
- Einhaltung der speziellen rechtlichen Bedingungen in den neuen Medien

62

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH



3
DEFINITION UND ABGRENZUNG

Ausprägungen des E-Commerce

Erscheinungsformen

		Nachfrager der Leistung		
		consumer	business	administration
Anbieter der Leistung	consumer	C2C z.B. Internet-Kleinanzeigen	C2B z.B. Jobbörse mit Stellengesuch	C2A z.B. Steuerabwicklung Lohnsteuer
	business	B2C z.B. Bestellung eines Kunden im Internet	B2B z.B. Bestellung einer Firma bei einem Lieferanten	B2A z.B. Steuerabwicklung von Unternehmen
	administration	A2C z.B. Abwicklung von Behördengängen	A2B z.B. Ausschreibungen	A2A z.B. Transaktionen zwischen Behörden

Quelle: Hermann/Sauter (1999)

64

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCH GLADBACH

3
DEFINITION UND ABGRENZUNG

Ausprägungen des E-Commerce

Spezifika im Detail

- **Business-to-Business (B2B)**
 - Kommunikation zwischen rechtlich eigenständigen Unternehmen über Extra- oder Intranet
 - Oft direkter Datenbankzugriff auf das System des Geschäftspartners
 - Transaktionsvolumen ist häufig sehr hoch und es herrschen oft längerfristige Zusammenarbeit und Lieferverträge
- **Business-to-Consumer (B2C)**
 - Geschäftsverkehr mit Konsumenten der durch ein Unternehmen zur Verfügung gestellten Waren oder Dienstleistungen
 - Transaktionsvolumen vergleichsweise gering, Transaktionshäufigkeit dagegen hoch, geringe Bindung

65

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

3
DEFINITION UND ABGRENZUNG

Ausprägungen des E-Commerce

Spezifika im Detail

- **Consumer-to-Consumer (C2C)**
 - Elektronische Kommunikationsbeziehung zwischen Privatpersonen
 - Gehandelt wird primär das private Angebot
 - Typische Geschäftsmodelle
 - Auktionsplattformen
 - Peer-to-Peer
 - Tauschbörsen
 - Meinungsmärkte
 - Groupware



66

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FHDW
FACHHOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT
BERGISCHE GLADBACH

