

1 Einführung

Lernziele: Wir erläutern Grundbegriffe rund um das Thema E-Business, und anhand von einigen Zahlen wird seine Bedeutung veranschaulicht. Der Leser erfährt, was E-Business bedeutet und auf welche Schwerpunkte sich das vorliegende Buch konzentriert.

1.1 Der Begriff E-Business

Seit Beginn der Datenverarbeitung vor mehr als 60 Jahren streben Unternehmen danach, ihre Geschäftsprozesse mit Hilfe der Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT) ganz oder teilweise zu automatisieren. Während es am Anfang bei der Automatisierung um interne Unternehmensvorgänge wie Gehaltsabrechnung oder Lagerbestandsverwaltung ging, bei denen die Rationalisierungs- und damit Kostensenkungseffekte im Vordergrund standen, wird die IKT heute mehr und mehr nach außen und zur Erschließung neuer Geschäftsfelder eingesetzt. Als wesentliche Grundlage und Motor dieser neuen Geschäftsfelder ist das Internet zu nennen, das als weltumspannendes Kommunikationsnetzwerk Firmen und Einzelpersonen miteinander verbindet und somit geschäftliche Transaktionen ermöglicht, die nicht (mehr) auf den persönlichen Kontakt zwischen den Beteiligten angewiesen sind. In diesem weiten Sinn wird unter **E-Business** die mit Hilfe von IKT ganz oder teilweise automatisierte Ausführung von Geschäftsprozessen verstanden (vgl. Wikipedia 2015).

Aus der Sicht eines einzelnen Unternehmens kann man seine Außenbeziehungen vereinfachend in eine Absatz- und in eine Beschaffungsseite unterteilen. In Abbildung 1.1 werden hierfür die Begriffe **E-Commerce** (Beziehungen zu Kunden) und **E-Procurement** (Beziehungen zu Lieferanten) verwendet. Geschäftsprozesse, die diese Außenbeziehungen unterstützen, sind **Customer Relationship Management (CRM)** für das Management der Beziehungen zu Kunden und **Supply Chain Management (SCM)** für das Management der Lieferkette.

Das **Internet** selbst ist ein weltweites Netzwerk von einzelnen Rechnernetzen, das, aufbauend auf einem standardisierten Datenaustausch gemäß dem TCP/IP-Protokoll, zahlreiche Dienste wie z. B. E-Mail oder das World Wide Web (WWW) anbietet. Die Internet-Technik ist mittlerweile so populär und omnipräsent, dass Unternehmen sie auch für ihre firmeninternen Netzwerke einsetzen, zu denen nur die Mitarbeiter Zugang haben; dann spricht man von einem **Intranet**. Der Vollständigkeit

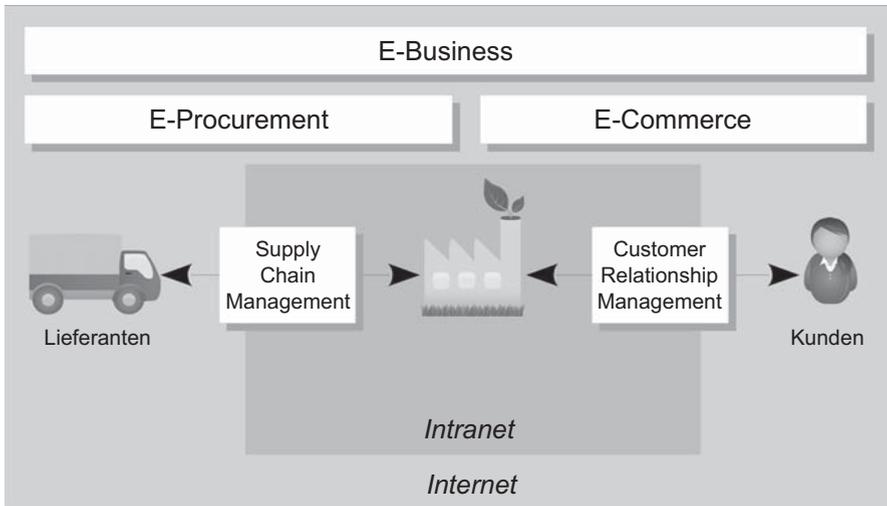


Abb. 1.1: Teilbereiche des E-Business (in Anlehnung an Röll 2016)

halber sei erwähnt, dass Unternehmen den Zugang zu ihrem Intranet auch für ausgewählte Außenstehende öffnen können; z. B. könnten Kunden den Status der Bearbeitung ihrer Aufträge direkt im Intranet des Unternehmens überprüfen oder Lieferanten könnten im Zuge der Just-In-Time-Produktion durch Einsichtnahme in die Produktionsplanung feststellen, wann sie welche Teile in die Fertigungsstätte liefern müssen. In solchen Fällen spricht man von einem **Extranet**.

1.2 Die Bedeutung des E-Business

Jeder kennt Unternehmen wie Amazon, Ebay oder Google, die ihren Unternehmenserfolg auf dem Internet aufgebaut haben, wenn auch mit ganz unterschiedlichen Geschäftsmodellen. Einige Zahlen sollen verdeutlichen, welchen Stellenwert das Internet und das E-Business heute haben.

Mehr als 79 % aller Deutschen über 14 Jahre nutzen im Jahr 2014 das Internet; das sind über 55 Millionen Menschen. Über 58 % oder 41 Millionen nutzen das Internet sogar täglich (ARD/ZDF 2015a). Während der Zugang zum Internet früher meist über stationäre Rechner zu Hause oder am Arbeitsplatz erfolgte, kann man heute mit den verschiedensten Geräten ins Internet gehen, darunter Laptops, Smartphones, Tablet PCs, E-Book-Lesegeräte, aber auch Spielekonsolen und Fernseher. Das sogenannte **Internet der Dinge** (Internet of Things), in dem auch Autos, Kühl-

schränke und Waschmaschinen ans Internet angeschlossen sind, ist am Horizont bereits sichtbar.

Die Hälfte der deutschen Internetnutzer 2014 nutzt das Internet unterwegs mit mobilen Geräten, 22 % tun das täglich (ARD/ZDF 2015b). Neben der Mobilisierung von stationären Anwendungen rücken hierdurch auch Anwendungen in den Blickpunkt, die nur mobil Sinn machen, wie Routenplanung, Navigation und alle Arten von standortbezogener Umkreissuche von z. B. Restaurants, Apotheken oder Tankstellen (ARD/ZDF 2015c). Bereits 30 % der Online-Käufe im 1. Quartal 2015 werden über mobile Geräte getätigt (Criteo 2015).

Für das Jahr 2015 wurde vorhergesagt, dass jeder Deutsche, der im Internet einkauft, im Durchschnitt 1211 € online ausgeben wird. Abbildung 1.2 zeigt, dass Deutschland damit international mit an der Spitze liegt. Nur in Großbritannien und in den USA wird mehr online ausgegeben.

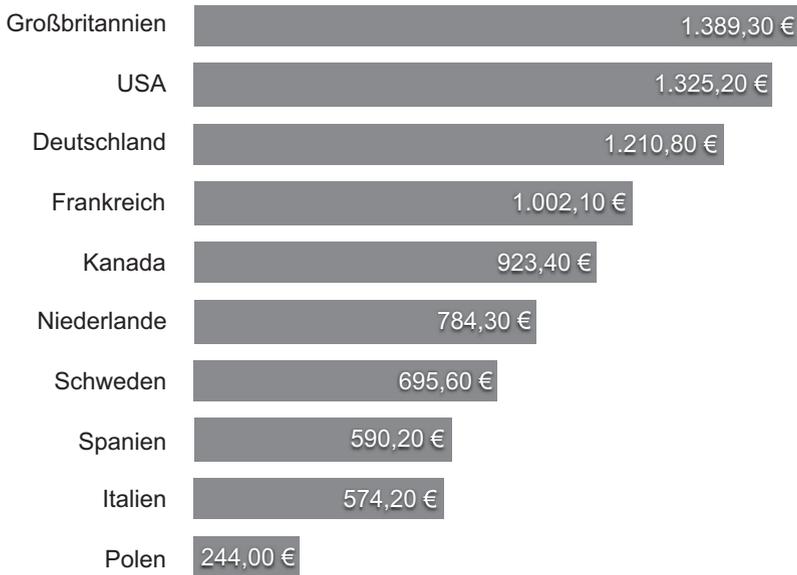


Abb. 1.2: Prognose des Online-Umsatzes 2015 pro Kopf (Quelle: Deals.com/Centre for Retail Research 2015)

Etwa 23 % der deutschen Unternehmen sind im E-Commerce aktiv. Auch hier liegt Deutschland mit vorn – der EU-Durchschnitt liegt bei 15 % (vgl. Statista 2016).

1.3 Formen von E-Business

Begriffe wie B2B sind – wohl auch aufgrund ihrer Kürze – populär; sie beschreiben ähnliche Dinge wie die oben eingeführten Begriffe E-Business, E-Commerce, usw. Es folgen kurze Erläuterungen und Abgrenzungen einiger Begriffe.

B2B (Business-to-Business) meint allgemein Geschäftsbeziehungen zwischen Unternehmen, speziell über das Internet. E-Procurement aus Abbildung 1.1 ist also ein Beispiel für B2B.

B2C (Business-to-Consumer) steht für jegliche Art der Beziehungen zwischen Unternehmen und Einzelpersonen in ihrer Rolle als Konsumenten. Der Begriff E-Commerce ist ungefähr gleichbedeutend.

C2C (Consumer-to-Consumer) drückt aus, dass Geschäftsbeziehungen zwischen Privatpersonen hergestellt werden. Beispiele hierfür sind Auktionsplattformen wie Ebay oder Anzeigenmärkte wie Kalaydo, die Käufe und Verkäufe zwischen Privatpersonen vermitteln.

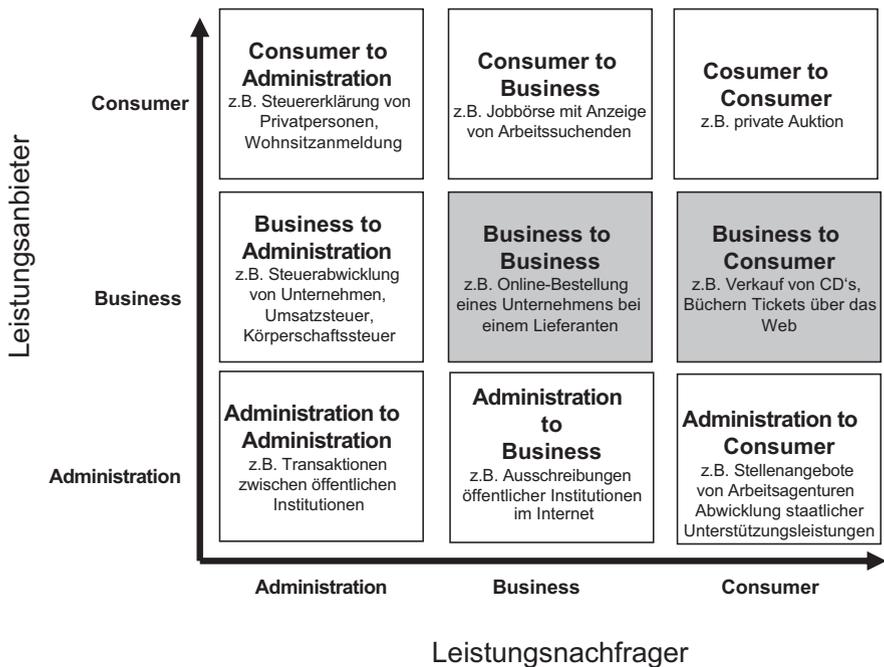


Abb. 1.3: Mögliche Formen von E-Business (Quelle: Abts/Mülder 2013, S. 301)

Nimmt man die öffentliche Verwaltung mit in die Betrachtung auf, dann ergeben sich weitere Abkürzungen:

- **B2A** (Business-to-Administration) meint Beziehungen zwischen Unternehmen und Behörden, wie sie z. B. in Rechtsangelegenheiten oder bei Public-Private-Partnership entstehen.
- **A2C** (Administration-to-Consumer) umfasst Prozesse, in denen eine staatliche Stelle und ein Bürger zusammentreffen, z. B. beim Genehmigungsverfahren für den Bau eines Einfamilienhauses. B2A und A2C werden auch unter dem Begriff **E-Government** zusammengefasst.

Abbildung 1.3 enthält alle möglichen Formen.

1.4 Aufbau dieses Buchs

Wir haben die einzelnen Themenbereiche des E-Business in zwei Blöcke aufgeteilt. Im Teil »E-Business nutzen« erfahren Sie, auf welche Art und Weise die Unternehmen heute das Internet für ihre geschäftlichen Aktivitäten einsetzen. Hierbei wenden wir uns vor allem an die derzeitigen und zukünftigen Nutzer von E-Business-Anwendungssystemen, also an Betriebswirte, Wirtschaftswissenschaftler, Wirtschaftsinformatiker. Nach dem Durchlesen sollten Sie den derzeitigen Nutzungsstand kennengelernt haben sowie Ideen über zukünftige Einsatzmöglichkeiten erhalten haben.

Kein Unternehmen wird jedoch blind einer Technik vertrauen, ohne zu wissen, wie diese funktioniert. Das Management muss z. T. erhebliche Summen in die neuen IT-Systeme investieren; komplette Unternehmensbereiche wie z. B. das Marketing sind heute davon abhängig, dass das Internet und die darauf basierenden Systeme reibungslos und sicher funktionieren. In dem zweiten Block »E-Business-Technik verstehen« machen wir Sie daher mit den wichtigen informationstechnischen Begriffen und Tools, die für E-Business unerlässlich sind, vertraut. Hierfür benötigen Sie keinerlei Vorwissen im Bereich Informatik bzw. IT. Ziel ist es auch nicht, dass Sie nach dem Durchlesen selbständig E-Business-Anwendungen entwickeln können. Vielmehr sollen Sie die grundlegende Funktionsweise webbasierter Anwendungen verstehen, Sie sollen ferner mögliche Risiken und Schutzmaßnahmen kennenlernen. Ferner stellen wir einige neuere technische Entwicklungen vor; deren Potenzial sollten Sie auch einschätzen können.

Im ersten Hauptteil »E-Business im Unternehmen nutzen« werden folgende Themen behandelt:

- Kapitel 2 bespricht Geschäftsmodelle im E-Business, d.h. die Frage, wie mit dem Internet und im Internet Geld verdient werden kann.
- Kapitel 3 »Suchen und Finden im Web« erläutert, warum Suchmaschinen so wichtig sind, wie sie funktionieren und was zu tun ist, damit das eigene Unternehmen in den Ergebnislisten von Suchmaschinen gut dasteht.
- Kapitel 4 »Kaufen und Verkaufen im Web « behandelt u.a. Online-Shops, Marktplätze im Internet und weitere B2C- und B2B-Aktivitäten.
- Kapitel 5 gibt einen Überblick über das Thema Online-Marketing; die Frage ist hier, wie potentielle Kunden auf die Webseiten und Produkte des eigenen Unternehmens aufmerksam gemacht werden können.
- Kapitel 6 umreißt die Ideen hinter Bezahlssystemen im Web, die eine wichtige Grundlage für E-Business darstellen.
- In Kapitel 7 »Customer Relationship Management« geht es um Geschäftsprozesse, die die Verbindung zu den Kunden aufbauen, verbessern und verwalten sollen.
- Die Verbindung des Unternehmens zu seinen Lieferanten wird in Kapitel 8 »Unternehmensübergreifende Wertschöpfungskette SCM« thematisiert.
- Kapitel 9 »E-Recruiting« behandelt die Personalbeschaffung über das Internet.

Der zweite Hauptteil »E-Business-Technik verstehen« konzentriert sich auf folgendes:

- In Kapitel 10 werden die Funktion und der Aufbau des Internet dargestellt.
- Kapitel 11 nennt einige Werkzeuge, die für die Gestaltung von E-Business-Anwendungen wichtig sind.
- Kapitel 12 gibt einen Überblick über Standards, die im E-Business Anwendung finden können.
- Kapitel 13 beschreibt, wie Unternehmen Social Media wie Facebook und Twitter sinnvoll und nutzbringend in ihre E-Business-Strategie einbauen können.
- Mobile Business wird in Kapitel 14 behandelt. Wie oben bereits angedeutet, bringt die Mobilisierung des Zugangs zum Internet erweiterte und neue Möglichkeiten des E-Business mit sich.
- Das Kapitel 15 »Internet der Dinge« skizziert ein wahrscheinliches Zukunftsszenario, in dem nicht mehr nur Rechner, sondern alle technischen Geräte an das Internet angeschlossen sind und so Daten senden und empfangen können. Dadurch werden wiederum neue Anwendungen möglich.

- Kapitel 16 schließlich widmet sich Fragen der Sicherheit und des Vertrauens im Internet.

1.5 Fragen und Aufgaben

1. Erläutern Sie den Begriff E-Business.
2. Grenzen Sie die Begriffe E-Business, E-Commerce und E-Procurement voneinander ab.
3. Grenzen Sie die Begriffe E-Procurement und Supply Chain Management voneinander ab.
4. Grenzen Sie die Begriffe E-Commerce und Customer Relationship Management voneinander ab.
5. Erläutern Sie die Begriffe Internet, Intranet und Extranet.
6. Was versteht man unter den folgenden Begriffen? Nennen Sie auch Beispiele.
 - a) B2C,
 - b) B2B,
 - c) C2C.

Teil A: E-Business im Unternehmen nutzen

