

Christian Aichele  
Marius Schönberger

# E-Business

Eine Übersicht für  
erfolgreiches B2B und B2C



Springer Vieweg

---

## E-Business

---

Christian Aichele · Marius Schönberger

# E-Business

Eine Übersicht für  
erfolgreiches B2B und B2C

Christian Aichele  
Fachbereich Betriebswirtschaft  
Hochschule Kaiserslautern  
Zweibrücken, Deutschland

Marius Schönberger  
Fachbereich Betriebswirtschaft  
Hochschule Kaiserslautern  
Zweibrücken, Deutschland

ISBN 978-3-658-13686-4

ISBN 978-3-658-13687-1 (eBook)

DOI 10.1007/978-3-658-13687-1

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer Vieweg

© Springer Fachmedien Wiesbaden 2016

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen.

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer Vieweg ist Teil von Springer Nature

Die eingetragene Gesellschaft ist Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH

---

## Vorwort

Der Einsatz von E-Business in Unternehmen und im privaten Umfeld hat in den letzten Jahren eine enorme Steigerung erfahren. Gründe hierfür sind mehrere relevante Ursachen, so etwa die zunehmende Funktionalität der Informations- und Kommunikationstechnik (IKT), die Internationalisierung und Globalisierung sowie ein daraus resultierender, dynamischer Wandel in vielen Unternehmensbereichen (vgl. Aichele 2006, S. 30). Darüber hinaus müssen sich Unternehmen gegenwärtig und zukünftig einem verschärfenden Wettbewerb, immer kürzer werdenden Produktlebenszyklen sowie einem fortschreitenden Kostendruck stellen. Diese Herausforderungen gelten für Großunternehmen, als auch für kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) und Handwerksbetriebe.

Die Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT) hat in den letzten Dekaden die Geschäftsprozesse der Unternehmen immer mehr unterstützt. Dabei wurden von einer anfänglichen partiellen Digitalisierung der Daten und Abläufe bis hin zu einer semi-automatisierten Durchführung der Prozesse, mit einer weitestgehend papierfreien Bearbeitung, die Abläufe optimiert. Im weitesten Sinne stellten diese, mit IKT unterstützen Geschäftsprozesse, das elektronische Geschäft – E-Business – dar. Speziell in der Automobilbranche machte die Digitalisierung aus Gründen der Rationalisierung nicht an den eigenen Unternehmensgrenzen halt; insbesondere die Lieferantenbeziehungen wurden frühzeitig digitalisiert. In diesem Kontext machten Just-in-Time- und Just-In-Sequence-Belieferungen, in Verbindung mit unternehmensübergreifenden IKT, eine enge Verzahnung der Automobilhersteller mit den Lieferanten und Vorlieferanten notwendig. Das Electronic Data Interchange (EDI), zur Abstimmung von Lieferplänen und Liefereinteilungen, zur Logistikplanung und -durchführung sowie zur Ankündigung der Lieferungen, digitalisierte die Lieferanten-Kundenprozesse und generierte mit den Supply Chain Management Systemen das elektronische Geschäft. Diese Initialisierung des E-Business blieb jedoch für den Konsumenten, bis auf die Tatsache, dass die Lieferzeiten für bspw. PKWs, trotz eines

enormen Variantenangebots, immer kürzer wurden, im Hintergrund verborgen. Erst die Verbreitung des Internets mit dem massiv ausgeweiteten Angebot im Business-to-Consumer Bereich machte E-Business für jeden greifbar und verständlich.

Die nachfolgenden Ausführungen basieren auf den Publikationen „App4U“ von Christian Aichele und Marius Schönberger aus dem Jahr 2014 und den Inhalten aus Vorlesungen und Übungen zu E-Business und verwandten Themen an der Hochschule Kaiserslautern und der Verwaltungsakademie Mannheim. Dieses Buch ist als Aggregation aus aktuellen wissenschaftlichen Methoden und den Praxiserfahrungen aus E-Business-Projekten aus unterschiedlichsten Bereichen und Branchen zu verstehen. Dabei werden aktuelle Trends und Entwicklungen kumuliert vorgestellt und erklärt.

Das vorliegende Buch richtet sich nicht nur an Studierende aus der Wirtschaftswissenschaft, der Wirtschaftsinformatik und der Informatik an Universitäten, Fachhochschulen, Berufsakademien und anderen Bildungseinrichtungen, sondern auch an Praktiker aus Wirtschaft und Verwaltung.

Ketsch  
Homburg  
Mai 2016

Christian Aichele  
Marius Schönberger

---

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>E-Business</b>	<b>1</b>
1.1	Grundlagen des E-Business	1
1.1.1	Definitionen des Begriffs E-Business	1
1.1.2	Akteure und Aktivitäten des E-Business	2
1.2	Geschäftsbereiche des E-Business	5
1.3	Geschäftsmodelle im E-Business	9
1.3.1	Begriffsbestimmung Geschäftsmodell	9
1.3.2	Business-Webs nach Tapscott	10
1.4	Elektronische Märkte im E-Business	19
1.4.1	Klassifikation elektronischer Märkte	21
1.4.2	Elektronische Auktionen	24
1.4.3	Elektronische Ausschreibungen	27
1.4.4	Elektronische Börsen	28
1.5	Mobile Business	29
1.5.1	Grundlagen des M-Business	29
1.5.2	Anforderungen des M-Business	30
1.5.3	Ausprägungen des M-Business	32
	Literatur	34
<b>2</b>	<b>E-Commerce</b>	<b>35</b>
2.1	Grundlagen des E-Commerce	35
2.1.1	Definition des Begriffs E-Commerce	35
2.1.2	Abgrenzung von E-Commerce und E-Business	36
2.2	Geschäftsmodelle des E-Commerce	37
2.2.1	Geschäftsmodell Content	39
2.2.2	Geschäftsmodell Commerce	40
2.2.3	Geschäftsmodell Context	41
2.2.4	Geschäftsmodell Connection	42

2.3	Bezahldienste des E-Commerce. . . . .	43
2.3.1	Definition und Kategorisierung von Internet-Bezahldiensten . . . . .	43
2.3.2	Elektronische Zahlungsabwicklung per Vorkasse . . . . .	45
2.3.3	Elektronische Zahlungsabwicklung per Lastschrift . . . . .	46
2.3.4	Elektronische Zahlungsabwicklung per Kreditkarte . . . . .	48
2.3.5	Elektronische Zahlungsabwicklung mit E-Payment-Verfahren . . . . .	49
	Literatur. . . . .	50
<b>3</b>	<b>E-Procurement . . . . .</b>	<b>53</b>
3.1	Grundlagen des E-Procurement . . . . .	53
3.1.1	Definition des Begriffs E-Procurement . . . . .	53
3.1.2	Aufgaben und Ziele des E-Procurement . . . . .	54
3.2	Grundmodelle des E-Procurement . . . . .	56
3.3	Prozesse des E-Procurement . . . . .	58
	Literatur. . . . .	61
<b>4</b>	<b>E-Distribution . . . . .</b>	<b>63</b>
4.1	Grundlagen der E-Distribution. . . . .	63
4.2	Charakterisierung der E-Distribution. . . . .	65
4.2.1	Absatzwege der E-Distribution . . . . .	65
4.2.2	Vor- und Nachteile der E-Distribution . . . . .	68
4.3	Prozesse der E-Distribution . . . . .	70
4.3.1	Einordnung der E-Distribution in die Phasen der elektronischen Geschäftsabwicklung. . . . .	70
4.3.2	Abwicklungsphase . . . . .	71
4.3.3	After-Sales-Phase. . . . .	73
	Literatur. . . . .	77
<b>5</b>	<b>E-Community . . . . .</b>	<b>79</b>
5.1	Grundlagen der E-Community. . . . .	79
5.1.1	Definition des Begriffs E-Community . . . . .	79
5.1.2	Charakteristika von E-Communities . . . . .	80
5.2	Kommunikationssysteme der E-Community . . . . .	83
5.2.1	Stellenwert und Bedeutung des Web 2.0 . . . . .	83
5.2.2	Anwendungsbeispiele für Kommunikationssysteme im Web 2.0 . . . . .	84
5.3	Prozesse der E-Community . . . . .	87
	Literatur. . . . .	91
	<b>Stichwortverzeichnis. . . . .</b>	<b>93</b>



---

# Abkürzungsverzeichnis

A2A	Administration-to-Administration
A2B	Administration-to-Business
A2C	Administration-to-Consumer
AGB	Allgemeine Geschäftsbedingung
AJAX	Asynchronous JavaScript and XML
B2A	Business-to-Administration
B2B	Business-to-Business
B2C	Business-to-Commerce
BIC	Bank Identifier Code
C2A	Consumer-to-Administration
C2B	Consumer-to-Business
C2C	Consumer-to-Consumer
CRM	Costumer-Relationship-Management
DPS	Desktop Purchasing System
EDI	Electronic Data Interchange
ELSTER	Elektronische Steuererklärung
E-RFI	Electronic Request for Information
E-RFP	Electronic Request for Proposal
E-RFQ	Electronic Request for Quotation
ERP	Enterprise Ressource Planning
GSM	Global System for Mobile Communication
HTTP	Hypertext Transfer Protocol
IBAN	International Bank Account Numbers
IKT	Informations- und Kommunikationstechnologie
ISO	Internationale Organisation für Normung
KMU	Kleine und mittelständische Unternehmen

LTE	Long Term Evolution
PSP	Payment Service Provider
RIA	Rich Internet Application
RSS	Really Simple Syndication
SEPA	Single Euro Payments Area
TAN	Transaktionsnummer
UMTS	Universal Mobile Telecommunications System