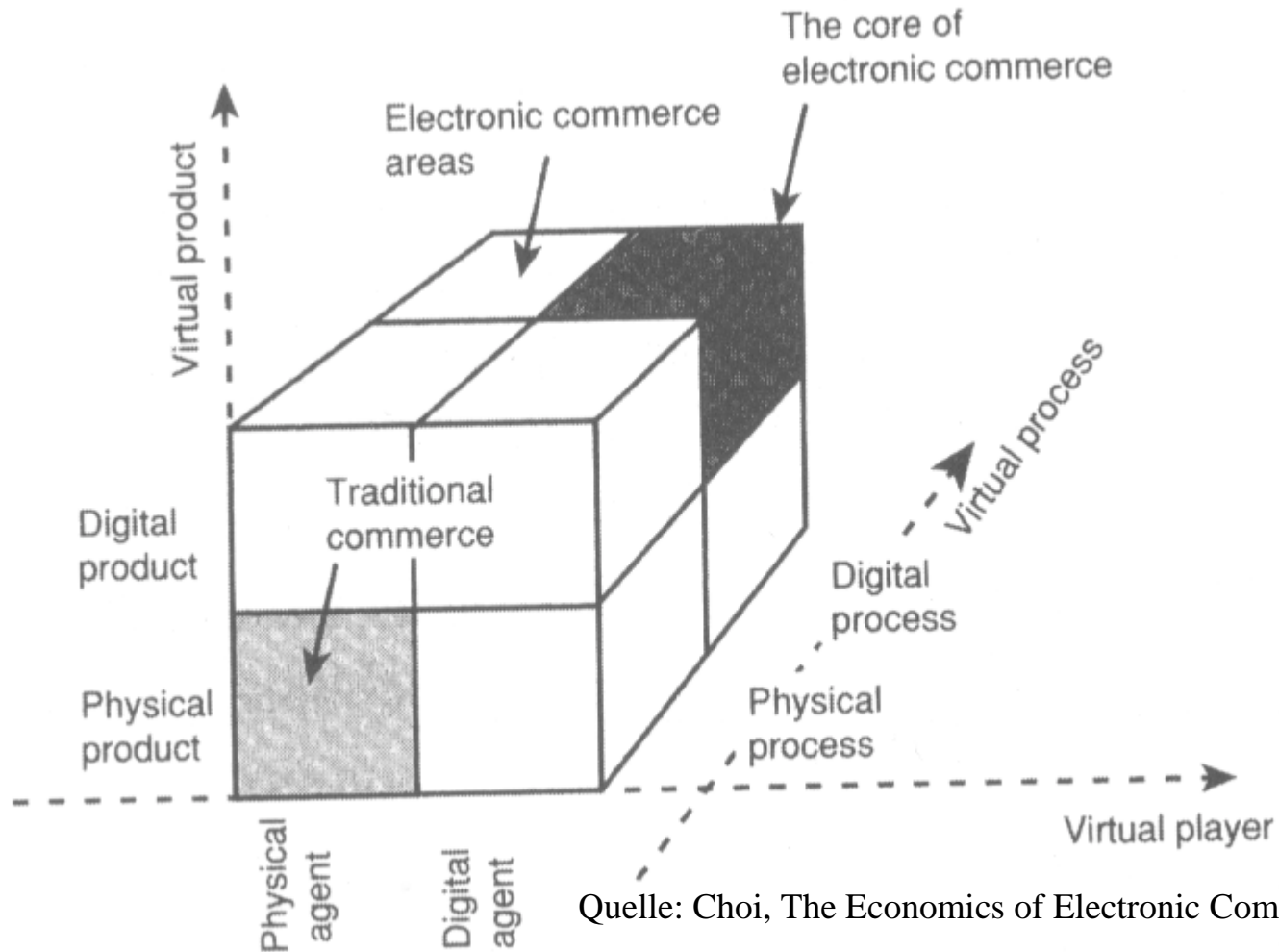


# eCommerce - eine Einordnung



Quelle: Choi, The Economics of Electronic Commerce, USA, 1997

# IT-Nutzung nach Arten und Wirtschaftszweigen 2002

Wirtschaftszweig	Anteil der Unternehmen und Einrichtungen				
	mit Nutzung von				mit eigenem Internet- auftritt
	Computern	E-Mail	Intranet	Internet	
	in %				
Verarbeitendes Gewerbe	76	62	18	66	39
Handel, Instandhaltung und Reparatur von Kraftfahrzeugen und Gebrauchsgütern	64	52	19	56	31
Beherbergungsgewerbe	59	52	14	55	43
Verkehr und Nachrichtenübermittlung	66	51	15	53	24
Grundstücks- und Wohnungswesen, Vermietung beweglicher Sachen, Erbringung von Dienstleistungen überwiegend für Unternehmen	78	67	17	68	31

# IT-Nutzung nach Arten und Unternehmensgrößen 2002

Unternehmen und Einrichtungen mit	Anteil der Unternehmen und Einrichtungen				
	mit Nutzung von				mit eigenem Internet-auftritt
	Computern	E-Mail	Intranet	Internet	
	in %				
1 bis 19 tätigen Personen	69	56	14	59	29
20 bis 49 tätigen Personen	98	94	45	94	73
50 bis 249 tätigen Personen	99	97	61	97	81
250 und mehr tätigen Personen	100	99	84	99	86

# eCommerce - Herausforderung für die Unternehmen

## Nutzenpotentiale des eCommerce



# **Bekannteste Formen des Online-Shoppings**

- **Web-Präsenzen der Handelsunternehmen**
- **Direktvertrieb durch den Hersteller**
- **Online-Auktionen**
- **Shopping-Malls**
- **Kleinanzeigen/Flohmärkte**
- **Einkaufsgemeinschaften, z.B. Powershopping**

# Risiken des Electronic Commerce

- Aufwand (finanziell, organisatorisch, technisch) wird unterschätzt
- Den erforderlichen Investitionen steht kein kurzfristiger Return-on-Investment gegenüber.
- Harter Wettbewerb durch niedrige Markteintrittsbarrieren
- Umfassendes Technologie-Know-How gefordert
- Große Flexibilität in Unternehmensstrukturen erforderlich
- Nutzer erwarten neben Produktinfos Zusatznutzen
- eCommerce-Lösungen unzureichend in innerbetriebliche Anwendungssysteme integriert