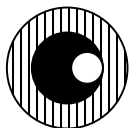


E-Commerce

Leitfaden zum Management der Wertschöpfungskette mit E-Technologien

Univ.-Prof. Dr. Dr. h. c. mult. Horst Wildemann



TCW Transfer-Centrum für Produktions-Logistik und Technologie-Management GmbH & Co. KG
Leopoldstr. 145 • 80804 München
Tel. 089-36 05 23-0 • mail@tcw.de • www.tcw.de

Horst Wildemann

E-Commerce

Leitfaden zum Management der Wertschöpfungskette und E-Technologien

Copyright by TCW Transfer-Centrum GmbH & Co. KG

21. Auflage 2021

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

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

Wildemann, Horst

E-Commerce

Leitfaden zum Management der Wertschöpfungskette und E-Technologien

ISBN 978-3-934155-35-0

TCW Transfer-Centrum für Produktions-Logistik und Technologie-Management GmbH & Co. KG

Leopoldstr. 145 • 80804 München

Tel. 089-36 05 23-0 • mail@tcw.de • www.tcw.de •

Alle Rechte, auch die der Übersetzung in fremde Sprachen, vorbehalten. Kein Teil dieses Werkes darf ohne schriftliche Genehmigung des Verlages in irgendeiner Form, auch nicht zum Zwecke der Unterrichtsgestaltung, reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet werden.

Das Management der Wertschöpfungskette ist größeren Veränderungen unterworfen. Das wird verursacht durch die Anwendungsreife vieler E-Technologien. In dieser Situation verheißen E-Technologien, E-Business und E-Commerce den Unternehmen entscheidende Wettbewerbsvorteile vornehmlich durch die Optimierung der unternehmensübergreifenden Wertschöpfungskette. Hierzu wirken E-Technologien als Enabler. Sie bilden die Voraussetzung und das Fundament für die unternehmensübergreifende Optimierung der Wertschöpfungsketten. Inkompatibilitäten zwischen einzelnen IuK-Technologien konnten in der Vergangenheit weitgehend beseitigt werden. Informationen können heute sehr viel einfacher ausgetauscht werden. Der Abbau von Informationsasymmetrien bildet demzufolge einen Schwerpunkt bei der Einführung von E-Technologien.

In diesem Leitfaden werden Anwendungsfelder aufgezeigt, die einen deutlichen Kundennutzen oder eine deutliche Kostensenkung versprechen. Während in reifen Märkten, die einem Verdrängungswettbewerb unterliegen, Kostensenkungen im Vordergrund stehen, wird der Leistungsaspekt in vertriebs- und marktorientierten Branchen betont. Dies erfordert eine differenzierte Einführungsstrategie von E-Technologien.

Mit diesem Leitfaden soll ...

- ... ein Gesamtkonzept zur Einführung von E-Technologien in der Wertschöpfungskette vermittelt werden,
- ... Handlungsalternativen für den sinnvollen Einsatz von E-Technologien in der Wertschöpfungskette aufzeigen,
- ... operationale Schritte zur Einführung von E-Technologien zur Erzielung nachhaltiger Wettbewerbsvorteile dargelegt.



Inhalt

Marktpotenziale & Trends

Erfolgsfaktoren im E-Business

Marktplätze als Enabler im E-Business

E-Chain

E-Sourcing

Supply Chain Management

Customer Relationship Management

E-Research & Development

Wertsteigerung durch E-Technologien

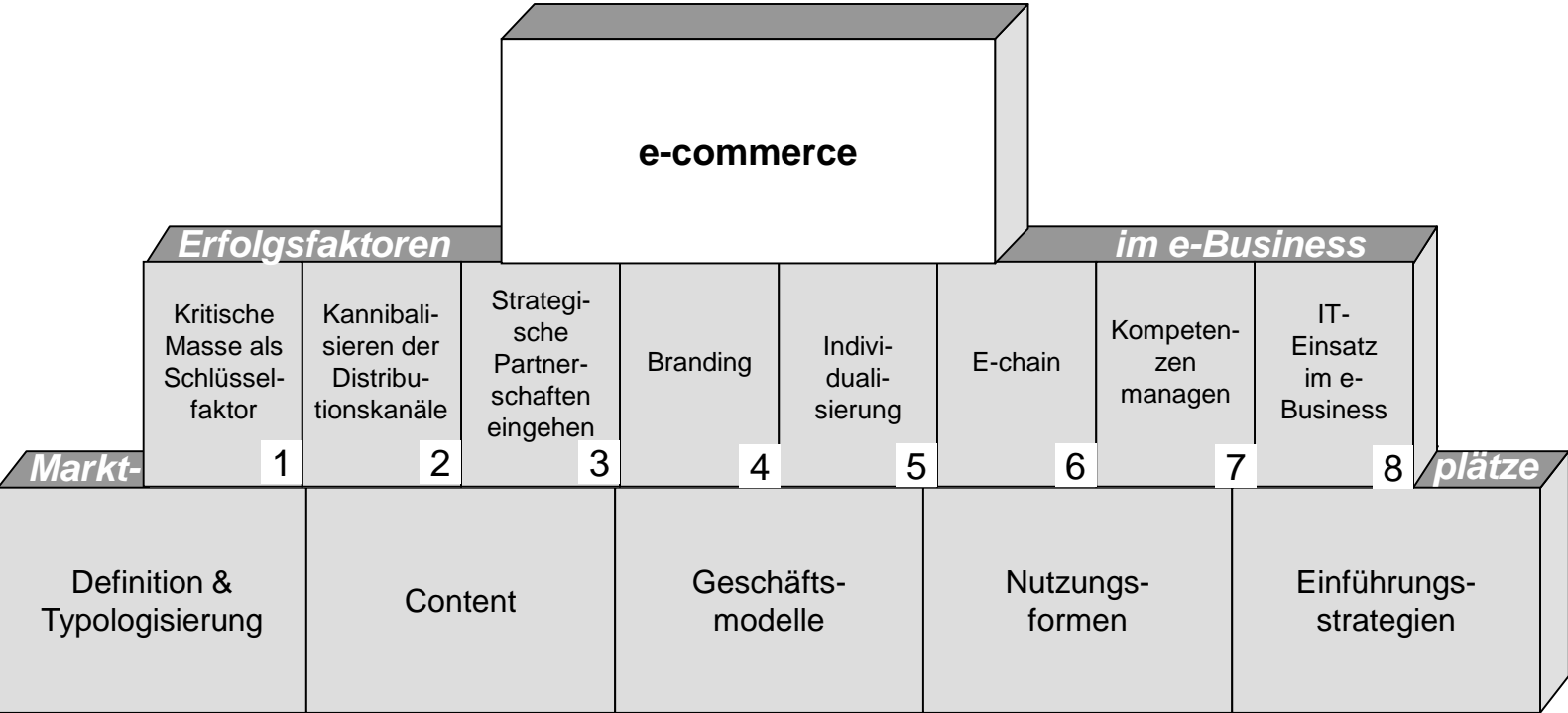
Vorgehensweise zum Einsatz von E-Technologien

Fallstudien

Literaturverzeichnis



Durch elektronische Marktplätze ...



traditioneller Marktplatz:

- ökonomischer Ort des Tausches, an dem durch das Zusammentreffen von Angebot und Nachfrage der Preis gebildet wird

elektronischer Marktplatz:

- der virtuelle Raum tritt an die Stelle des physischen Zusammentreffens von Angebot und Nachfrage.
- größte Vorteile sind die Unabhängigkeit von Ort und Zeit, sowie höchste Markt- und Preistransparenz.
- Medium, über das Informationen, Angebote und Geld ausgetauscht werden, ist das Internet.

... verlagert sich die Marktmacht von der Anbieter- auf die Nachfragerseite.

