

## Musterklausur

### E-Business-Grundlagen

#### **(1) Einfluss des Internets auf die Branchenstruktur (Grundlagen)**

*Porter* hat anhand seines Modells „The 5 Forces“ einmal den Einfluss des Internets auf die Branchenstruktur analysiert. Beschreiben Sie kurz diese Einflüsse für die Aspekte „Käuferseite“ und „Bedrohung durch Substitutionsgüter“ und unterscheiden Sie dabei insbesondere nach positiven und negativen Auswirkungen.

**(15 Punkte)**

#### **(2) Vertrauen im elektronischen Handel (Wissen)**

Im elektronischen Handel über Online-Medien ist aufgrund des fehlenden persönlichen Kontaktes zwischen den Akteuren eine direkte Überprüfung des Angebots kaum möglich. Um die dadurch beim Kunden entstehenden Unsicherheiten abzubauen, spielt der Faktor „Vertrauen“ im elektronischen Handel eine zentrale Rolle. Beschreiben Sie kurz die drei direkten Einflussfaktoren auf die Bildung von Vertrauen aus dem Modell von *Turban et al.* (2002) und geben Sie je ein praktisches Beispiel Ihrer Wahl für deren mögliche Umsetzung auf einer Internetseite.

**(18 Punkte)**

#### **(3) Elektronische Wertschöpfung (Transfer)**

Herr Knipser ist ein begeisterter Hobby-Photograph und denkt schon seit längerem über eine Selbständigkeit auf diesem Gebiet nach. Vor diesem Hintergrund hat er unlängst in der Zeitung vom erfolgreichen Verlauf der diesjährigen „Sommerakademie für Existenzgründer“ der Universität Duisburg-Essen gelesen und sich entschieden, im nächsten Jahr ebenfalls dabei zu sein. Nach einigen Diskussionen mit Freunden und Bekannten bewirbt er sich für die Sommerakademie 2006 mit der Idee, eine elektronische Handelsplattform (virtueller Marktplatz) für gebrauchte digitale und analoge Photoapparate im Internet zu etablieren. Als angehender Internet-Experte wurden Sie von Herrn Knipser angesprochen, ihm bei der Ausar-

beitung der Unternehmensidee zu helfen. Entsprechend entwickeln Sie das Konzept zu „*get-a-camera.com*“, welches im Rahmen der Sommerakademie vor der dortigen Jury präsentiert werden soll. Doch während einer ersten Präsentation im Rahmen eines Existenzgründer-Seminars an der Universität Duisburg-Essen werden folgende Punkte kritisch zur Sprache gebracht:

Fragen:

- a) Beschreiben Sie kurz das allgemeine Konzept des elektronischen Wertschöpfungsprozesses („Informationsdreisprung“). Wie könnten die drei zentralen Prozessschritte im Hinblick auf *get-a-camera.com* konkret aussehen?
- b) Welche fallbezogene elektronische Wertschöpfung kann aus Kundensicht Ihrer Meinung nach durch *get-a-camera.com* erzeugt werden? Wie würde sich dieser Mehrwert verändern, wenn gleichzeitig mit dem elektronischen Handel auch eine Online-Community für Hobby-Photographen eingeführt werden würde?
- c) Es wird für den Erfolg der Unternehmensidee von großer Wichtigkeit sein, dass man schnell Teilnehmer bzw. Kunden für die elektronische Handelsplattform gewinnen kann. Geben Sie je ein Beispiel Ihrer Wahl, wie eine One-to-One Marketing-Maßnahme für die beiden Zielgruppen von *get-a-camera.com* aussehen könnte.

**(27 Punkte)**

Dauer der Klausur: 1 Stunde

Hilfsmittel: keine

**Viel Erfolg!**