

E-Business Grundlagen
Klausur Sommersemester 2006 Vorterm
Univ.-Prof. Dr. Tobias Kollmann

(1) Dimensionen der Informationsqualität (Grundlagen)

In der Net Economy spielen „Informationen“ als eigener Wettbewerbsfaktor eine zentrale Rolle. Um deren Wert zu erfassen, werden in der Literatur drei Dimensionen für die Informationsqualität herangezogen. Benennen Sie zunächst diese Dimensionen und beschreiben Sie ferner kurz jeweils zwei dazugehörige Attribute.

(15 Punkte)

(2) Informationsdreisprung (Wissen)

Um in der Net Economy einen elektronischen Mehrwert zu erzeugen, wird ein zentraler, aus drei Schritten bestehender elektronischer Wertschöpfungsprozess unterstellt. Beschreiben Sie zunächst das allgemeine Konzept dieses sog. „Informationsdreisprungs“. Erläutern Sie Ihre Ausführungen sodann im Hinblick auf die konkrete Ausgestaltung mit Hilfe je eines Beispiels Ihrer Wahl für einen E-Marketplace und einen E-Shop.

(18 Punkte)

(3) Elektronische Geschäftsmodelle und Informationskreisel (Transfer)

Frau Renate Mückenreich ist eine engagierte Studentin der Universität Essen, die im Rahmen eines Gastvortrags von dem Konzept BuyVip.de gehört hat. Dabei handelt es sich um eine geschlossene virtuelle Einkaufsgemeinschaft, deren Mitglieder in exklusiven Verkaufsaktionen bestimmte Produkte wie Kleidung, Accessoires, Elektronik- und Sportartikel bekannter Marken erwerben können. BuyVip.de soll so den bequemen und sicheren Einkauf über das Internet mit Preisvorteilen und zusätzlichen Sondervergünstigungen durch das Anwerben neuer Mitglieder ermöglichen. Um über BuyVip.de einkaufen zu können, muss man ein registriertes Mitglied sein und wird dann per E-Mail regelmäßig über neue Verkaufsaktionen informiert. Nach dem Vortrag hat Frau Mückenreich die spontane Idee, mit BuyVip4students.de eine Adaption dieses Konzeptes speziell für Studierende ins Leben zu rufen. Im Hinblick auf die Prüfung dieses Vorhabens, wird Sie mit folgenden Fragestellungen konfrontiert:

Fragen:

- a) Geschäftsmodelle im E-Business können in die Bereiche „Content“, „Commerce“, „Context“ und „Connection“ unterschieden werden. Welcher von den vier Ansätzen kommt speziell für das Vorhaben BuyVip4students.de in Frage? Gehen Sie bei Ihren Ausführungen insbesondere auch auf die damit verbundenen Ziele, die Erlösmöglichkeiten und die elektronischen Mehrwerte ein.
- b) Ein entscheidender Faktor für den Erfolg von BuyVip4students.de ist das Wissen über die Vorlieben bzw. das Kaufinteresse der Zielgruppe. Erläutern Sie anhand eines kompletten Durchgangs im externen Informationskreisel, wie dieses Wissen in einem konkreten Beispiel Ihrer Wahl, anhand von gesammelten Daten aufgebaut und abschließend verwendet werden kann.
- c) Wie könnte für BuyVip4students.de eine Personalisierung im Rahmen des One-to-One-Marketing aussehen? Bitte argumentieren Sie anhand eines von Ihnen frei gewählten Beispiels und erläutern Sie dabei, wie Ihre Maßnahme die Umsätze erhöhen kann.

(27 Punkte)

Dauer der Klausur: 1 Stunde
Hilfsmittel: keine