

Klausur (Haupttermin)
E-Business-Management III – E-Marketplace
(SS 2008)

(1) Strategische Optionen elektronischer Marktplätze (Grundlagen)

Hinsichtlich der strategischen Ausrichtung wird zwischen der Online-Informationsebene und der Online-Transaktionsebene unterschieden. Benennen und beschreiben Sie kurz in wenigen Sätzen die *beiden* **Strategieoptionen** für die Online-Informationsebene.

(15 Punkte)

(2) Nachfrageraktivierung (Wissen)

Der idealtypische Prozess der **Nachfrageraktivierung** kann in drei Akte unterteilt werden. Benennen und beschreiben Sie kurz in wenigen Sätzen diese *drei* Akte. Beschreiben Sie ferner *je Akt eine* konkrete Maßnahme, wie der Betreiber eines Marktplatzes für Reisen diesen erfolgreich gestalten kann.

(18 Punkte)

(3) Superhit-Master (Transfer)

Nachdem der BWL-Promovend *Herr Schöngeist* und der ehemalige Informatik-Student *Herr Meier* bereits den *Superhit-Flipper*, eine Tauschcommunity für Musik-CDs, erfolgreich am Markt platzieren konnten, haben die beiden vor einiger Zeit ihr nächstes Projekt, den *Superhit-Master*, gestartet. Auf dem *Superhit-Master*-Festpreis-Marktplatz können private und professionelle Teilnehmer Filme, Musik und Bücher kaufen bzw. verkaufen. Da die Grunddaten eines Produktes (z.B. Titel) anhand der EAN automatisch aus dem Internet geladen werden, muss der Objktanbieter nur noch Informationen zum Warenzustand eintragen. Ferner bietet der Marktplatz die *Superhit-Master*-Garantie an, die eine zu 100% sichere Abwicklung ge-

währleistet, so dass Anbieter und Nachfrager kein Risiko tragen ihr Geld oder ihre Ware nicht zu erhalten. Von diesen beiden Besonderheiten sind nicht nur die Business Angels begeistert, die in einer ersten Finanzierungsrunde bereits einen fünfstelligen Betrag investiert haben, sondern auch die Presse hat bereits mehrfach positiv über den „(noch) kleinen eBay- und Amazon-Konkurrenten“ berichtet. Bevor sich *Herr Schöngeist* und *Herr Meier* an Venture-Capitalisten wenden können, um das nächste, große Investment an Land zu ziehen, müssen sie ihr Angebot kritisch durchleuchten. Als enger Freund von *Herrn Schöngeist* und E-Business-Experte haben Sie sich angeboten, mit ihm einige kritische Fragen in Vorbereitung auf die Investorengespräche zu diskutieren.

Fragen:

- a) Für den Aufbau eines E-Marketplaces spielen fünf **Erfolgsfaktoren** eine übergeordnete Rolle. Beschreiben Sie kurz *drei* dieser Faktoren und bewerten Sie, inwieweit der „*Superhit-Master*“ diese bereits erkennen lässt oder geben Sie an, durch welche Signale das Unternehmen diese kommunizieren könnte.
- b) Im operativen Handel spielt das **Beziehungsnetzwerk** zwischen Anbieter, Nachfrager und Matching/Transaktion eine bedeutende Rolle. Erläutern Sie anhand des „*Superhit-Masters*“ die Zusammenhänge im „inneren“ Beziehungsnetzwerk (ohne Input- und Output-Größen!) und stellen Sie anhand *eines* konkreten Beispiels dar, wie *Herr Schöngeist* den Beziehungskreis positiv beeinflussen kann.
- c) Hinsichtlich des Erfolges spielen für den E-Marketplace Online-Qualitätseffekte eine entscheidende Rolle. Beschreiben Sie zunächst, worin die **qualitativen Problemaspekte** bei dem „*Superhit-Master*“ bestehen. Beschreiben Sie ebenfalls *je* Problemaspekt *einen* Ansatz, wie *Herr Schöngeist* diesen lösen kann.

(27 Punkte)

Dauer der Klausur: 1 Stunde

Hilfsmittel: keine

Viel Erfolg!