

Musterklausur

E-Entrepreneurship

(1) Standortwahl (Grundlagen)

Auch wenn Unternehmensgründer in der Net Economy ihre Kunden 24 Stunden am Tag und sieben Tage die Woche potenziell von überallher an jedem Ort der Welt erreichen können, so spielt der gewählte **Standort** für ein junges Unternehmen auch in der Net Economy eine bedeutende Rolle. Nennen Sie bitte zunächst drei der grundsätzlichen Faktoren, welche die Entscheidung für einen realen Unternehmensstandort bestimmen können, und erläutern Sie diese dann kurz in wenigen Sätzen.

(15 Punkte)

(2) Produktstrategie (Wissen)

Die direkten Erlöse eines E-Ventures ergeben sich primär aus der angebotenen elektronischen Kernleistung. Daneben können aber auch Nebenleistungen entstehen, die zu indirekten Einnahmen führen. Die diesbezügliche Ausgestaltung des Geschäftsmodells führt im Zuge der Produktstrategie zu drei zentralen Varianten bzw. Prinzipien. Benennen und erklären Sie kurz in wenigen Sätzen diese **drei Produktstrategien** für die Erlösgenerierung bei einem Unternehmen der Net Economy. Beschreiben Sie ferner je ein mögliches praktisches Beispiel Ihrer Wahl pro Variante bzw. Prinzip.

(18 Punkte)

(3) Nachfrageportal (Transfer)

Die Verwandtschaft des Studenten *Kurt Becks* hat sich zu Weihnachten überraschend großzügig gezeigt – über die Feiertage beschäftigt er sich folglich damit, über Verwendungszwecke für den unerwarteten Geldsegen nachzudenken. „Ich sollte das Geld in einen anständigen Urlaub investieren“, denkt sich *Kurt* und macht sich umgehend an eine Internetrecher-

che. Seine Kommilitonin *Angela Miegel* findet ihn zwei Stunden später vollkommen entnervt immer noch am Rechner vor. „Ich finde einfach kein Angebot für genau den Urlaub, den ich haben will“ beklagt sich *Kurt*. „Es müsste eben einen Marktplatz geben, auf dem man seine Reisewünsche ganz konkret angeben kann und dann mit passenden Angeboten versorgt wird“, meint *Angela*. „Ich glaube, so etwas gibt es nicht“, antwortet *Kurt*, „aber das hört sich doch nach einer grandiosen Idee an! Alle Kunden, die keine Lust haben, tausende von Angeboten vergleichen zu müssen, um das Richtige für sich zu finden, formulieren dort ihre Wünsche, nennen einen Wunschpreis und erhalten dann bspw. 15 kostenlose und unverbindliche Angebote von Reisevermittlern, die auf diesem Marktplatz aktiv sind. Alles individuell auf sie zugeschnitten! Ein solches Nachfrageportal muss doch funktionieren. Lass uns gleich mal ein Konzept machen – ich glaube, wir nennen das Projekt *ask-for-it.com*.“ Zwei Wochen später reichen *Kurt* und *Angela* ihr Konzept bei einem Business-Angel-Netzwerk ein und werden prompt zur Präsentation eingeladen. Die versammelten Business Angels zeigen sich durchaus angetan, haben aber eine Menge Fragen.

Fragen:

- a) Der Erfolg von *ask-for-it.com* hängt zu einem großen Teil davon ab, ob durch das Online-Angebot ein elektronischer Mehrwert erzeugt wird. Bitte nennen Sie kurz die zwei zentralen elektronischen Mehrwerte, die *ask-for-it.com* erbringt und begründen Sie Ihre diesbezügliche Einschätzung in wenigen Sätzen.
- b) Für ein Start-up wie *ask-for-it.com* scheinen insbesondere Instrumente des Online-Marketings interessant, um die ersten Kunden für sich zu gewinnen. Wählen Sie drei Online-Marketing-Instrumente aus, erläutern Sie diese kurz und zeigen Sie für jedes ausgewählte Instrument an einem Praxisbeispiel Ihrer Wahl, wie *ask-for-it.com* dieses sinnvoll einsetzen kann.
- c) „Wie wollen Sie Ihr Unternehmen eigentlich in den nächsten Jahren weiterentwickeln?“ fragt einer der Business Angels aus der Runde. Erläutern Sie basierend auf der Produkt-Markt-Matrix von *Ansoff* anhand jeweils eines fallbezogenen Beispiels für jede mögliche Entwicklungsvariante, welche Perspektiven des Ausbaus von *ask-for-it.com* bestehen.

(27 Punkte)

Dauer der Klausur: 1 Stunde

Hilfsmittel: keine

Viel Erfolg!