

---

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>E-Business</b>	1
1.1	Grundlagen des E-Business	1
1.1.1	Definitionen des Begriffs E-Business	1
1.1.2	Akteure und Aktivitäten des E-Business	2
1.2	Geschäftsbereiche des E-Business	5
1.3	Geschäftsmodelle im E-Business	9
1.3.1	Begriffsbestimmung Geschäftsmodell	9
1.3.2	Business-Webs nach Tapscott	10
1.4	Elektronische Märkte im E-Business	19
1.4.1	Klassifikation elektronischer Märkte	21
1.4.2	Elektronische Auktionen	24
1.4.3	Elektronische Ausschreibungen	27
1.4.4	Elektronische Börsen	28
1.5	Mobile Business	29
1.5.1	Grundlagen des M-Business	29
1.5.2	Anforderungen des M-Business	30
1.5.3	Ausprägungen des M-Business	32
	Literatur	34
<b>2</b>	<b>E-Commerce</b>	35
2.1	Grundlagen des E-Commerce	35
2.1.1	Definition des Begriffs E-Commerce	35
2.1.2	Abgrenzung von E-Commerce und E-Business	36
2.2	Geschäftsmodelle des E-Commerce	37
2.2.1	Geschäftsmodell Content	39
2.2.2	Geschäftsmodell Commerce	40
2.2.3	Geschäftsmodell Context	41
2.2.4	Geschäftsmodell Connection	42

2.3	Bezahldienste des E-Commerce. . . . .	43
2.3.1	Definition und Kategorisierung von Internet-Bezahldiensten . . . . .	43
2.3.2	Elektronische Zahlungsabwicklung per Vorkasse . . . . .	45
2.3.3	Elektronische Zahlungsabwicklung per Lastschrift . . . . .	46
2.3.4	Elektronische Zahlungsabwicklung per Kreditkarte . . . . .	48
2.3.5	Elektronische Zahlungsabwicklung mit E-Payment-Verfahren . . . . .	49
	Literatur. . . . .	50
<b>3</b>	<b>E-Procurement . . . . .</b>	<b>53</b>
3.1	Grundlagen des E-Procurement . . . . .	53
3.1.1	Definition des Begriffs E-Procurement . . . . .	53
3.1.2	Aufgaben und Ziele des E-Procurement . . . . .	54
3.2	Grundmodelle des E-Procurement . . . . .	56
3.3	Prozesse des E-Procurement . . . . .	58
	Literatur. . . . .	61
<b>4</b>	<b>E-Distribution . . . . .</b>	<b>63</b>
4.1	Grundlagen der E-Distribution. . . . .	63
4.2	Charakterisierung der E-Distribution. . . . .	65
4.2.1	Absatzwege der E-Distribution . . . . .	65
4.2.2	Vor- und Nachteile der E-Distribution . . . . .	68
4.3	Prozesse der E-Distribution . . . . .	70
4.3.1	Einordnung der E-Distribution in die Phasen der elektronischen Geschäftsabwicklung. . . . .	70
4.3.2	Abwicklungsphase . . . . .	71
4.3.3	After-Sales-Phase. . . . .	73
	Literatur. . . . .	77
<b>5</b>	<b>E-Community . . . . .</b>	<b>79</b>
5.1	Grundlagen der E-Community. . . . .	79
5.1.1	Definition des Begriffs E-Community . . . . .	79
5.1.2	Charakteristika von E-Communities . . . . .	80
5.2	Kommunikationssysteme der E-Community . . . . .	83
5.2.1	Stellenwert und Bedeutung des Web 2.0 . . . . .	83
5.2.2	Anwendungsbeispiele für Kommunikationssysteme im Web 2.0 . . . . .	84
5.3	Prozesse der E-Community . . . . .	87
	Literatur. . . . .	91
	<b>Stichwortverzeichnis. . . . .</b>	<b>93</b>

## E-Business

Eine Übersicht für erfolgreiches B2B und B2C

Aichele, C.; Schönberger, M.

2016, X, 96 S. 29 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-13686-4