

A Einleitung

I Problemstellung und Zielsetzung

„Technology and communication bring efficiency. Money is made in inefficiency.“¹

Einfache technische Umsetzbarkeit, hohe Bedienfreundlichkeit und niedrige Rüstkosten haben dazu geführt, dass mit der Internettechnologie seit Beginn der 90er Jahre des 20. Jahrhunderts eine neue Massenkommunikationsplattform entstanden ist, deren Verbreitungsrate die anderer Kommunikationstechnologien deutlich übertrifft. Unternehmen können ihre Geschäftsprozesse auf Basis dieser Technologie immer umfassender und dennoch kostengünstiger vernetzen. Hinzu kommt die bisher nicht vorhandene elektronische Anbindung des Endkonsumenten, der zu relativ geringen Kosten über die Kommunikationsplattform Internet mit Unternehmen in Verbindung treten kann. Damit ist erstmals die Übermittlung und automatische Weiterverarbeitung von Endkonsumentenaufträgen an Unternehmen flächendeckend möglich, was eine neue Dimension der elektronischen Abwicklung von Geschäftstransaktionen („Electronic Commerce“) darstellt.²

Die in der Pionierzeit des Electronic Commerce vorhandene euphorische Aufbruchsstimmung, dokumentiert durch entsprechende Börsennotierungen von in diesem Segment tätigen Unternehmen, ist mittlerweile allerdings einer Ernüchterung in der Öffentlichkeit, aber auch in Unternehmenskreisen, gewichen. Insgesamt kann die durchlaufene Entwicklung sehr gut als ein Beispiel des von SCHUMPETER so anschaulich beschriebenen Prozesses der „kreativen Zerstörung“ betrachtet werden.³ Eine Vielzahl von neugegründeten Unternehmen ist mangels Tragfähigkeit der Geschäftsmodelle wieder vom Markt verschwunden, viele etablierte Unternehmen haben ihre Aktivitäten im Bereich des Electronic Commerce nicht entsprechend der ursprünglich verfassten Pläne umgesetzt bzw. in einigen Fällen sogar wieder eingestellt.

¹ PHELAN, zitiert in Hansell (1989), S. 92.

² Damit bewahrheiten sich Prognosen, die bereits in den 1980er Jahren eine verstärkte Abwicklung von Geschäftstransaktionen über elektronische Medien prophezeiten. Beispielhaft seien aus dem deutschsprachigen Raum DELFMANN/WALDMANN zitiert: „Neben den aktuellen Umstrukturierungen im Bereich der Distributionslogistik lassen sich auch Ansätze für neue Absatzwege-Konzepte in der Unternehmenspraxis erkennen. Dabei steht die Nutzung neuer Kommunikationstechnologien im Mittelpunkt.“ Delfmann/Waldmann (1987), S. 75.

³ Vgl. Schumpeter (1986), S. 408ff.

Trotz der zahlreichen Insolvenzen von Unternehmen gerade im elektronischen Handel mit Endkonsumenten, im Folgenden kurz b-t-c Electronic Commerce (für „business-to-consumer“) genannt, kann festgestellt werden, dass der hier erwirtschaftete Umsatz weiterhin stark anwächst. Untersuchungen des Hauptverbands des Deutschen Einzelhandels (HDE) zeigen ein Volumen von ca. acht Milliarden Euro für das Geschäftsjahr 2002. Dies entspricht einem Wachstum von ca. 60% gegenüber 2001. Und auch für 2003 wird ein Wachstum von etwa 38% auf ca. elf Milliarden Euro erwartet. Damit hätte der elektronische Handel im Endkonsumentensektor in Deutschland einen Anteil von 2,1% erreicht.⁴ Für den US-amerikanischen b-t-c Markt erwartet Forrester Research ein durchschnittliches Wachstum von 25% pro Jahr bis 2007, so dass dann ca. 8% des gesamten Handelsvolumens über Electronic Commerce abgewickelt würde.⁵ Studien des US Department of Commerce bestätigen ein anhaltendes Wachstum des amerikanischen b-t-c Marktes. So stieg der Umsatz amerikanischer b-t-c Unternehmen im zweiten Quartal 2003 gegenüber dem Vorjahr um 27,8% an und erreichte einen Anteil von 1,5% am gesamten Einzelhandelsvolumen der USA.⁶ Auch im Bereich der Transaktionsabwicklung zwischen Unternehmen, dem sogenannten business-to-business (b-t-b) Electronic Commerce, ist festzustellen, dass mittlerweile ein hoher Anteil der Unternehmen elektronische Marktplätze, vor allem im Beschaffungsbereich, nutzt. So gaben in einer Umfrage des Bundesverbands Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik (BME⁷) 85% der befragten Unternehmen an, auf internetbasierten Marktplätzen einzukaufen, 78% der Unternehmen planen, ihre elektronischen Beschaffungsaktivitäten in Zukunft weiter auszubauen.⁸

Der Trend zur Nutzung des Internets zur Abwicklung von Transaktionen ist also trotz vieler individueller Rückschläge ungebrochen. Gegenstand der vorliegenden Arbeit ist deshalb zunächst die Untersuchung der Gründe für das andauernde Wachstum des Electronic Commerce. Dazu wird die Hypothese der effizienteren und transaktionskostensenkenden Abwicklung der Anbahnungs- und Vereinbarungsphase einer Transaktion über das Internet analysiert. Im Gegensatz zu den meisten Beiträgen, die sich mit dieser Hypothese beschäftigen, enden die Untersuchungen jedoch nicht an diesem Punkt. Vor dem Hintergrund der durch das Internet ermöglichten Einbindung des Endkonsumenten in den Electronic Commerce soll vielmehr

⁴ Vgl. die Ergebnisse der HDE-Mitgliederbefragung 2002 unter <http://www.einzelhandel.de>.

⁵ Vgl. zum Beispiel die Prognosen von Forrester Research Briefing zur Entwicklung des Electronic Commerce , <http://www.forrester.com/ER/Research/Brief/Excerpt/0,1317,-15480,00.html>, letzter Aufruf am 11.09.2003.

⁶ Vgl. die Zahlen des US Department of Commerce, abrufbar unter <http://www.census.gov>.

⁷ Vgl. <http://www.bme.de>.

⁸ Vgl. Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 05.05.2003, Nr. 103, S. 22.

herausgearbeitet werden, inwieweit eine mögliche elektronische Durchführung von Transaktionen Auswirkungen auf den Transfer der Güter und damit auf die Distributionsstruktur hat. Insbesondere die von einigen Autoren prognostizierten großen Veränderungen der Distributionsstrukturen durch Wegfall einzelner Distributionsstufen werden kritisch beleuchtet, als Hauptmangel der existierenden Beiträge kristallisiert sich dabei die fehlende Beachtung von Gütereigenschaften und ihren Anforderungen an Distributionsstrukturen heraus. Die vorliegende Arbeit überwindet diesen Mangel, indem sie die durch Internettechnologie ausgelösten Veränderungen in Distributionsstrukturen als Konfigurationen von Gestaltungsdimensionen logistischer Systeme und den informatorischen sowie physischen Gütereigenschaften auffasst. Als Ergebnis werden dann Konfigurationen aus Gütertypen und Distributionsstrukturen im endkundenorientierten Electronic Commerce präsentiert.

II Gang der Untersuchungen

Entsprechend der geschilderten Zielsetzung verläuft der Gang der Untersuchungen. Im Anschluss an dieses einleitende Kapitel erfolgt in Kapitel B die Darstellung von begrifflichen Grundlagen und des theoretischen Bezugsrahmens der Arbeit. Grundlegende Begriffe und Formen des Electronic Commerce werden kurz vorgestellt, um dann die theoretischen Fundamente der Arbeit zu legen. Diese bestehen zum einen aus der Neuen Institutionentheorie, insbesondere der Transaktionskostentheorie, die ein geeignetes Instrumentarium zur Untersuchung der vermuteten Effizienzvorteile von Internettechnologie als Plattform für ökonomische Aktivitäten bietet. Zum anderen werden Ansätze zur Strukturierung von Wertschöpfungssystemen, insbesondere Distributionsystemen, vorgestellt.

Kapitel C untersucht dann den Einfluss des Einsatzes von Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT) auf die Koordination ökonomischer Aktivitäten, um etwaige Effizienzvorteile der Internettechnologie zu identifizieren. Betrachtet werden auf Basis der Transaktionskostentheorie Veränderungen bei der grundlegenden Koordinationsform, dargestellt durch die „Electronic Market Hypothesis“ und die „Move to the Middle Hypothesis“. Darüber hinaus wird der Frage nachgegangen, inwieweit das Internet als aktuelle IKT-Plattform die Struktur von Wertschöpfungssystemen, insbesondere Distributionsystemen, durch Disintermediation, das heißt den Wegfall einzelner Wertschöpfungsstufen, verändert. Zu beiden Fragestellungen wird eine umfassende kritische Würdigung der existierenden Literaturbeiträge vorgenommen. Es erfolgt außerdem eine Klassifizierung elektronischer Marktsysteme, da eine solche in der Literatur bisher nicht zu finden ist. Abgerundet wird das Kapitel durch die Darstellung des bisherigen Forschungsstands hinsichtlich der Veränderung von Wertschöpfungsstrukturen durch den Einsatz von Internettechnologie. Als Fazit der Untersuchungen in Kapitel C ergibt sich, dass die

bisherigen Ansätze zum Electronic Commerce keine hinreichend detaillierte Berücksichtigung der Zusammenhänge zwischen den die elektronische Abwicklung unterstützenden und den die Distributionsstruktur bestimmenden Gütereigenschaften beinhalten.

Kapitel D setzt an diesem Defizit bisheriger Beiträge an und überwindet es durch die Bildung von Konfigurationen aus Gütereigenschaften und Distributionsstrukturen. Der Methodik des Konfigurationsansatzes folgend, werden die relevanten Kontext- und Gestaltungsvariablen herausgearbeitet, um dann durch die Betrachtung von Interdependenzen und Wechselwirkungen zwischen ihnen harmonische Muster, also Konfigurationen, zu identifizieren. Die Konfigurationsbildung mündet in sechs Gütertypen, die zusammen mit den zu ihnen passenden Distributionsstrukturen am Ende von Kapitel D vorgestellt werden.

Eine kurze Schlussbetrachtung verbunden mit einem Ausblick schließt in Kapitel E die Arbeit ab.



Quelle:

Martin Gehring: *Auswirkungen von Internettechnologie auf Wertschöpfungsstrukturen. Konfigurationen aus Distributionsstrukturen und Gütertypen im Electronic Commerce*,

Kölner Wissenschaftsverlag, Köln, 2008.

© 2008 Kölner Wissenschaftsverlag und Martin Gehring