

Inhaltsverzeichnis

Gelcitwort	V
Vorwort	VII
Inhaltsübersicht	IX
Inhaltsverzeichnis	XI
Abkürzungsverzeichnis	XV
Abbildungsverzeichnis	XIX
Tabellenverzeichnis	XXI
1 Problemstellung, Zielsetzung und Aufbau der Arbeit	1
1.1 Problemstellung	1
1.2 Zielsetzung	2
1.3 Aufbau der Arbeit	3
2 Definitiorische Grundlegung	5
2.1 Electronic Commerce	5
2.1.1 Interorganisationssysteme	8
2.1.2 Elektronische Märkte	9
2.1.3 Electronic Retailing	10
2.1.4 Digital Commerce	11
2.2 Digitale Produkte	14
2.2.1 Abgrenzung gegenüber physischen Gütern	14
2.2.2 Einordnung in eine Gütersystematik	15
2.2.3 Definitionen in der Literatur	20
2.2.4 Grundlegende Eigenschaften digitaler Produkte	24
2.2.5 Taxonomie digitaler Produkte	26
2.2.6 Rechtliche Aspekte digitaler Produkte	34
2.3 Referenzmodell für Handelsinformationssysteme	37
2.3.1 Referenzmodelle in der Wirtschaftsinformatik	37
2.3.2 Der Handelsbegriff	40
2.3.3 Informationssysteme	42
2.3.4 Das Handels-H-Modell	44
3 Geschäftsmodelle für den Handel mit digitalen Produkten	48
3.1 Die Rolle des Handels im Digital Commerce	48
3.1.1 Existenz von Intermediären im Digital Commerce	48
3.1.1.1 Disintermediationsthese	48
3.1.1.2 Einfluß von Marktstrukturen	53
3.1.1.3 Intermediäre als Makler	55
3.1.1.4 Übernahme von Handelsfunktionen durch Intermediäre	57
3.1.1.5 Existenzberechtigung für Retail-Intermediäre	63
3.1.2 Intermedierte Wertschöpfungsketten im Digital Commerce	64

3.1.2.1	Rollen von Intermediären	64
3.1.2.2	Strukturwandel der Medienindustrie.....	65
3.1.3	Konvergenz der Systeme.....	67
3.2	Geschäftsarten	70
3.2.1	Lagergeschäft	70
3.2.2	Streckengeschäft.....	70
3.2.3	Zentralregulierungsgeschäft	72
3.2.4	Mehrstufiger Handel.....	72
3.3	Geschäftsmodelle für die Beschaffung.....	73
3.3.1	Stückzahlunabhängige Geschäftsmodelle	73
3.3.1.1	Erwerb der unbefristeten Nutzungsrechte	73
3.3.1.2	Erwerb der befristeten Nutzungsrechte	74
3.3.2	Stückzahlabhängige Geschäftsmodelle	75
3.3.2.1	Erwerb einer bestimmten Anzahl Lizenzen	75
3.3.2.2	Konsignationsgeschäft.....	75
3.3.3	Unterschiede und Gemeinsamkeiten	76
3.4	Geschäftsmodelle für die Distribution.....	77
3.4.1	Direkte Erlösformen	79
3.4.1.1	Vertrieb von Lizenzen	80
3.4.1.2	Volumenabhängige Abrechnung der Leistung	81
3.4.1.3	Finanzierung des Angebots über Mitgliedschaftsbeiträge / Abonnements	82
3.4.2	Indirekte Erlösformen.....	84
3.4.2.1	Finanzierung des Angebots über Werbung.....	84
3.4.2.2	Vertrieb von demographischen Daten	87
3.4.2.3	Vertrieb von komplementären Produkten	89
3.4.2.4	Content Owner Sponsoring.....	89
3.4.3	Unterschiede und Gemeinsamkeiten	90
3.5	Kombinationsmöglichkeiten der Geschäftsmodelle.....	92
3.6	Anwendungsbeispiele.....	94
4	Ordnungsrahmen für den Handel mit digitalen Produkten	102
4.1	Ursache der Veränderungen	102
4.2	Beschaffung.....	104
4.2.1	Einkauf	104
4.2.1.1	Lieferantenverwaltung.....	104
4.2.1.2	Artikelverwaltung	106
4.2.1.3	Konditionenverwaltung	109
4.2.1.4	Kontraktverwaltung	110
4.2.2	Disposition.....	111
4.2.2.1	Limitrechnung	111
4.2.2.2	Bedarfsrechnung	112
4.2.2.3	Bestellmengenrechnung	113
4.2.2.4	Bestellübermittlung.....	116
4.2.2.5	Liefermengenrechnung	117
4.2.2.6	Aufteilung.....	118
4.2.2.7	Bestellüberwachung	118
4.2.3	Wareneingang.....	120
4.2.3.1	Wareneingangsplanung.....	121
4.2.3.2	Warenannahme	121
4.2.3.3	Warenkontrolle	123
4.2.3.4	Lieferantenrückgabe	125
4.2.3.5	Wareneinlagerung	126

4.2.3.6	Wareneingangserfassung	127
4.2.3.7	Lieferscheinbewertung	128
4.2.4	Rechnungsprüfung	128
4.2.4.1	Verbindlichkeitsberechnung	129
4.2.4.2	Rechnungserfassung	129
4.2.4.3	Rechnungskontrolle	131
4.2.4.4	Rechnungsfreigabe	132
4.2.4.5	Rechnungsnachbearbeitung	133
4.2.4.6	Nachträgliche Vergütungen	133
4.2.5	Kreditorenbuchhaltung	134
4.2.5.1	Kreditorenstammdatenpflege	134
4.2.5.2	Buchung	135
4.2.5.3	Regulierung	135
4.2.5.4	Mahnung	135
4.2.5.5	Verzinsung	136
4.3	Distribution	137
4.3.1	Marketing	137
4.3.1.1	Geschäftspartnerstammdatenpflege	139
4.3.1.2	Sortiments- und Produktpolitik	143
4.3.1.3	Konditionspolitik	154
4.3.1.4	Absatzwerbung	156
4.3.2	Verkauf	165
4.3.2.1	Abnehmeranfragebearbeitung	165
4.3.2.2	Abnehmerangebotsbearbeitung	166
4.3.2.3	Ordersatzerstellung	167
4.3.2.4	Auftragsbearbeitung	169
4.3.2.5	Abnehmerreklamationsbearbeitung	171
4.3.2.6	Außendienstunterstützung	172
4.3.2.7	Werbeauftragsannahme	172
4.3.3	Warenausgang	173
4.3.3.1	Tourenplanung	173
4.3.3.2	Kommissionierplanung	174
4.3.3.3	Kommissionierung	175
4.3.3.4	Warenausgangserfassung	177
4.3.3.5	Bestandsbuchung	179
4.3.3.6	Versandabwicklung	180
4.3.3.7	Abnehmerrückgabebearbeitung	183
4.3.3.8	Digital Rights Management	183
4.3.3.9	Werbeauslieferung	199
4.3.4	Fakturierung	200
4.3.4.1	Abnehmerlieferungsbewertung	200
4.3.4.2	Abnehmerrechnungserstellung	201
4.3.4.3	Werberechnungserstellung	201
4.3.4.4	Gutschriften- / Lastschriftenerstellung	202
4.3.4.5	Berechnung nachträglicher Vergütungen Abnehmer	202
4.3.5	Debitorenbuchhaltung	203
4.3.5.1	Debitorenstammdatenpflege	203
4.3.5.2	Buchung	204
4.3.5.3	Zahlungsabwicklung	204
4.3.5.4	Mahnung	207
4.3.5.5	Kreditmanagement	207
4.4	Lager	208
4.4.1	Lagerstammdatenpflege	208
4.4.2	Umlagerung / Umbuchung	210
4.4.3	Inventurdurchführung	211
4.4.4	Lagersteuerung	212

4.4.5 Bewertung immaterieller Produkte	213
4.4.6 Zugriffsdesign	215
4.4.7 Formatkonversion.....	216
5 Zusammenfassung und Ausblick	220
Literaturverzeichnis	222