

DR. HELBIG & PARTNER

STUDIE

*"Fifty Ways To Lose Your Money
On The Internet"*

Eine Studie über die wirtschaftlichen
Risiken der Marktteilnehmer im Internet

<http://www.hplic.net>

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	4
1 Einleitung und Zielsetzung der Studie	5
1.1 Einleitung	5
1.2 Zielsetzung	5
1.3 Vorgehensweise	5
2 E-Commerce-Strukturen: Marktteilnehmer und Geschäftsmodelle	7
2.1 Marktteilnehmer	7
2.2 Geschäftsmodelle	9
2.3 Zahlungsverfahren	10
3 Ergebnisse: "Fifty Ways To Lose Your Money"	15
3.1 Risiken für Händler und Anbieter, investiertes Kapital zu verlieren	15
3.2 Risiken für Konsumenten und Endkunden, Geld im Internet zu verlieren	20
3.3 Risiken für Provider, investiertes Kapital im Internet zu verlieren	24
3.4 Risiken für Technologielieferanten und Integratoren, investiertes Kapital zu verlieren	27
4 Zusammenfassung	30
Dr. Helbig & Partner – International Consulting	31

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Parteien, die am E-Commerce partizipieren, und ihre Rollen	8
Abbildung 2: Prognose der Marktentwicklung des B2C-Markts in Deutschland	9
Abbildung 3: Klassifizierung verschiedener Gründe, warum das Internet nicht als Einkaufsplattform genutzt wird	11
Abbildung 4: Prozentualer Anteil der verschiedenen Zahlverfahren im Internet	12
Abbildung 5: Befragung von Interneteinkäufern über die Wichtigkeit der angebotenen Zahlungsverfahren	14
Abbildung 6: Die größten Verlustrisiken für Händler im E-Commerce	16
Abbildung 7: Verlustrisiken für Kunden, die am E-Commerce teilnehmen	21
Abbildung 8: Geschäftsrisiken für Provider im E-Commerce	24
Abbildung 9: Geschäftsrisiken für Technologielieferanten im E-Commerce	27

1 Einleitung und Zielsetzung der Studie

1.1 Einleitung

Der Handel mit Waren und Dienstleistungen im Internet (E-Commerce) hat in den letzten Jahren (1995-2000) einen beispiellosen Boom erlebt. Nahezu alle erdenklichen Geschäftsideen wurden im Web ausprobiert. Selbst die absurdesten unter ihnen wurden stark beachtet und als mutige Geschäftsideen innovativer Jungunternehmer gefeiert. Venture Capital floss in rauen Mengen, und sogar Banken waren schnell bereit, Kredite zu gewähren, wenn es sich um die Finanzierung eines „Start-Up“ handelte.

Ausgelöst durch das Verfehlen der prognostizierten Umsätze und Gewinne sowie des vorhergesagten starken Wachstums ist diese Goldgräberstimmung im letzten Jahr gehörig umgeschlagen. Seitdem befindet sich die gesamte Landschaft der Internet-Start-Ups in einem Prozess der Konsolidierung. Kleine Unternehmen müssen schließen oder werden aufgekauft, während die größeren gezwungen sind, Mitarbeiter zu entlassen, um überhaupt eine Chance zu haben, in naher Zukunft profitabel zu werden und zu überleben.

In dieser Situation ist es für alle gegenwärtigen und zukünftigen Beteiligten von besonderem Interesse, nach dem Grund des Scheiterns ihrer Unternehmung zu fragen. Wie so häufig liegt es nicht an einer bestimmten Ursache, sondern an vielen Faktoren, die für den Misserfolg verantwortlich sind.

1.2 Zielsetzung

Ziel dieser Studie ist es, die wesentlichen Gründe und Mechanismen aufzuzeigen, die dazu geführt haben, dass im E-Commerce bis heute in den meisten Fällen letztendlich Geld vernichtet und nicht verdient worden ist. Daher werden wir zunächst analysieren, welche Parteien grundsätzlich am E-Commerce beteiligt sind, und anschließend diskutieren, welchen unternehmerischen Risiken sich diese Parteien aussetzen. Die Risiken, das eingesetzte Kapital zu verlieren, werden wir einzeln betrachten und ihrer Bedeutung nach einordnen.

1.3 Vorgehensweise

Die in dieser Studie vorgestellten Ergebnisse resultieren aus zielgerichteter Recherche bei Experten aus führenden Unternehmen der Branche sowie aus unserer mehrjährigen Beratungserfahrung im Bereich E-Commerce.