



Klausur: "Einführung in E-Business" (2008)

Wintersemester 2009/2010

05.02.2010

Prüfer: Prof. Dr. Sadrieh

Bitte beantworten Sie alle folgenden Fragen. Beachten Sie, dass die numerischen Ergebnisse nicht unbedingt ganzzahlig sind. Erläutern Sie bitte alle Ihre Antworten so, dass gegebenenfalls notwendige Rechenschritte und Gedankengänge nachvollziehbar sind. Taschenrechner sind gemäß Aushang des Prüfungsamts erlaubt.

Name: _____

Matrikelnr.: _____

Fakultät: _____

Teil 1: Multiple Choice

(Bitte Markieren Sie Ihre Antworten deutlich erkennbar auf dem Aufgabenblatt. Mehrere Antworten können zutreffend sein. Nur vollständig richtig beantwortete Fragen werden bewertet. Ganz oder teilweise falsch beantwortete Fragen führen zu keinem Punktabzug.)

1. Was fällt unter den Begriff E-Procurement?

- A beidseitige Vereinfachung des Beschaffungsprozesses
- B Integration des Vertriebs in den Produktionsplanungsprozess
- C Integration der Beschaffung in den Produktionsplanungsprozess
- D keine der obigen Antworten trifft zu

2. Was ist ein Informationsgut?

- A ein digitaler Bilderrahmen
- B eine Wordtext
- C eine Musik-DVD
- D keine der obigen Antworten trifft zu

3. Welche der folgenden Elemente gehören zum Design elektronischer Märkte?

- A Design der Post-Purchase-Regeln
- B Design der Preisfestsetzungsregeln
- C Design der Kommunikationsregeln
- D Design der Anbahnungsregeln



4. Wodurch zeichnen sich Informationsgüter aus?
- A geringe Grenzkosten, bei geringen Fixkosten
 - B geringe Fixkosten, bei hohen Grenzkosten
 - C geringe Grenzkosten, bei hohen Fixkosten
 - D keine der obigen Antworten trifft zu
5. Welche der folgenden Bedingungen müssen gelten damit ein Anbieter von Informationsgütern langfristig Güter produziert?
- A Preis gleich Grenzkosten
 - B Zahlungsbereitschaft der Nachfrager gleich Grenzkosten
 - C Gewinn gleich Grenzkosten
 - D keine der obigen Antworten trifft zu
6. Welche der folgenden Aussagen treffen zu?
- A ein Anbieter eines Netzwerkutes wird im Gleichgewicht einen Preis wählen der im steigenden Abschnitt der Gleichgewichtspreisabsatzkurve liegt.
 - B ein monopolistischer Anbieter von Netzwerkütern kann die Erwartungen der Nutzer bezüglich der Größe des Gesamtmarktes nicht beeinflussen.
 - C zwei Anbieter von Netzwerkütern können nicht nebeneinander existieren.
 - D keine der obigen Antworten trifft zu
7. Für Preisabsatzfunktion bei Netzwerkeffekten gilt:
- A je kleiner der Preis desto weniger Menge wird nachgefragt
 - B die Zahlungsbereitschaften der Konsumenten steigen mit dem erwarteten Absatz $E[q]$
 - C im Gleichgewicht entspricht der tatsächliche Absatz q dem erwarteten Absatz $E[q]$
 - D keine der obigen Antworten trifft zu
8. Was kann zu Lock-In Effekten führen?
- A Vertragsbindungen und Vertragsstrafen
 - B langlebige Güter
 - C Netzwerkeffekte
 - D Kundendaten



9. Welche der folgenden Aussagen treffen zu?

- A in einer Produzent–Händler–Kunden Supply Chain mit einem monopolistischen Händler führt vollständiger Wettbewerb auf der Produzentenebene zu gleichen Preisen wie vertikale Integration
- B in einer Produzent–Händler–Kunden Supply Chain mit einem monopolistischen Händler führt vollständiger Wettbewerb auf der Produzentenebene zu geringeren Preisen als vertikale Integration
- C in einer Produzent–Händler–Kunden Supply Chain mit einem monopolistischen Händler führt vollständiger Wettbewerb auf der Produzentenebene zu höheren Preisen als vertikale Integration
- D keine der obigen Antworten trifft zu

10. Welche der folgenden Aussagen sind Voraussetzung für das *One World Design*?

- A einheitliche globale Corporate Identity
- B einheitlich englische Sprache für die weltweiten Internetauftritte des Unternehmens
- C schnelle und unkomplizierte Anpassungsfähigkeit des globalen Shopdesigns
- D keine der obigen Antworten trifft zu

11. Der Bullwip Effekt kann durch folgende Maßnahmen abgeschwächt werden:

- A Einführung eines elektronischen Marktinformationssystem
- B Bündelung von elektronischen Bestellungen
- C Kopplung der elektronischen Lagerhaltungssysteme
- D Ausbau des elektronischen Zahlungssystems

12. Welche der folgenden Anfragekriterien können zur Marktsegmentierung genutzt werden?

- A geographische Herkunft
- B Internetnavigation
- C Suchverhalten
- D Sprachenwahl



Teil 2: Geschäftsmodelle

(Bitte Berücksichtigen Sie für die Beantwortung dieser Fragen den Ihnen vorliegenden Screenshot von chocri.de. Tragen Sie Ihre Antworten in die dafür vorgesehenen Felder des Aufgabenblattes ein.)

1. Geben Sie die Interaktionsform(en) nach der Individualisierungsebene an.

2. Geben Sie die Interaktionsform(en) nach der Zielfunktion an.

3. Über welche Erlösquelle(n) verfügt chocri.de?

4. Nennen Sie die Kommunikationsinstrumente, die auf dem Screenshot von chocri.de zu erkennen sind.

5. Geben Sie das (die) Geschäftskonzept(e) nach der 4-C Charakterisierung von Wirtz an, die chocri.de verwendet.

Teil 3: Vertikale Integration

(Tragen Sie Ihre Berechnungen und Lösungen für diesen Aufgabenteil bitte gut leserlich in das Lösungsheft ein.)

chocri.de hat sich nach langem Kampf gegen alle bestehenden Konkurrenten durchgesetzt und ist somit alleiniger Online-Anbieter von individueller Schokolade. Angenommen *chocri.de* lässt seine Schokoladen bei dem Schokoladenhersteller *Schokoblock* produzieren. *Schokoblock* ist als einzige Firma in der Lage, Schokoladentafeln mit mehr als 20 Millionen Zutatenkombinationen herzustellen. Die Firma *Schokoblock* sieht sich Grenzkosten pro Tafel von 20 Geldeinheiten (GE) gegenüber. Die Marketingabteilung von *chocri.de* hat große Anstrengungen unternommen und durch Kundenbefragungen die Nachfragefunktion nach individueller Schokolade geschätzt. Sie lautet:

$$p = 200 - \frac{1}{2}x$$

- Stellen Sie die Gewinnfunktionen von *chocri.de* und *Schokoblock* auf.
- Bestimmen Sie die optimale Menge die *chocri.de* am Markt absetzt und *Schokoblock* liefert.
- Berechnen Sie die resultierenden Groß- und Einzelhandelspreise und die Gewinne von *chocri.de* und *Schokoblock*.
- Aufgrund des riesigen Erfolgs von *chocri.de*, denkt die Unternehmensführung von *chocri.de* darüber nach, die Firma *Schokoblock* in ihr Unternehmen zu integrieren. Berechnen Sie den optimalen Preis, die optimale Menge und den resultierenden Gewinn des fusionierten Unternehmens. Vergleichen Sie den Gewinn zu den Gewinnen aus Teilaufgabe c).
- Beschreiben Sie kurz was unter „doppelter Marginalisierung“ verstanden wird. (Maximal 2 Sätze)
- Erläutern Sie kurz ob und inwieweit doppelte Marginalisierung in dieser Aufgabe eine Rolle spielt und welche Parteien Vor- und Nachteile daraus haben. (Maximal 2 Sätze)
- Erläutern Sie kurz wie der elektronische Handel die doppelte Marginalisierung umgehen kann und zu wessen Vor- und Nachteilen dies führt. (Maximal 2 Sätze)

Schokolade

chocri

chocri
Aufträge

chocri für
Unternehmen

Webinare
Infos

Weniger
Spezial

Spendenkonto
22330-496

Boat 1 | chocri | chocri

Individuelle Schokolade ganz nach Deinem Geschmack



Unsere 6+1 Regel



chocri Weihnachtcountdown

chocri hilft



Über chocri

chocri kaufen

chocri in den Medien

Service

chocri News

EMailadresse [UP]