

Digital Commerce

-

Elektronischer Handel mit digitalen Produkten



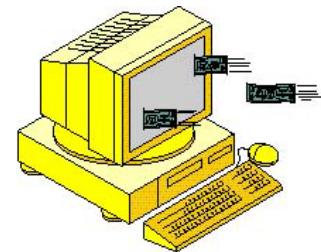
Dietrich Boles

Universität Oldenburg

GI/acm-Regionalgruppenveranstaltung Bremen

12.11.2002

1. Einleitung
2. Digitale Produkte
3. dCommerce - Handel mit digitalen Produkten
4. dCommerce-Handelsinformationssysteme
5. Zusammenfassung und Fazit





Definition

Ansammlung von Daten, die in vollständig digitaler Repräsentation gespeichert vorliegen und ohne Bindung an ein physisches Trägermedium über Kommunikationsnetzwerke vertrieben werden können.



Güter

➤ Software	50,1
➤ Musik	34,2
➤ Kommunikation	29,5
➤ Filme	25,7
➤ Fachartikel	19,4
➤ Elektronische Bücher	16,4
➤ Zeitungen	15,7
➤ Bilder	11,5
➤ Nachrichten	10,0
➤ ...	

Proz. Zahlungsbereitschaft
der Internetnutzer
(Mummert + Partner, 05/2002)



Verwendungsgebiete

- Erotik
- Unterhaltung
- Kommunikation
- eLearning
- Forschung
- Touristik
- Auskunft
- ...



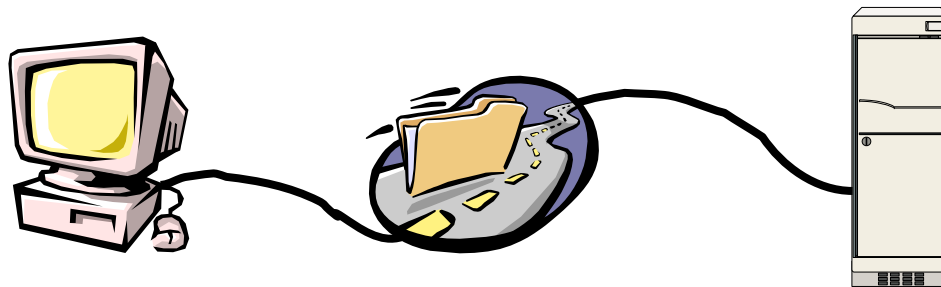
Eigenschaften

- Digitale Repräsentation
- Immaterielle Güter
- Gleichwertigkeit von Original und Kopie
- Verschleißfreiheit
- Einfache Veränderbarkeit
- Einfache Reproduktion und Distribution
- Hohe Produktions- und niedrige Grenzkosten
- Alternative Nutzungsformen
- Erfahrungsgüter
- Geistiges Eigentum



Typen

- Digitale Offline-Produkte
- Digitale Online-Produkte
- Digitale Container-Produkte
 - Digitale Container-Lizenzprodukte
 - Digitale Container-Onlineprodukte



Eigenschaften

- Vollkommen digitale Geschäftsabwicklung
- Einfacher Direktvertrieb
- Andere Geschäftstypen
- Flexible Marketingstrategien
- Handel mit Nutzungsrechten
- Vielfältige Erlösformen
- Komplexere Einkaufsmodelle
- Zusätzliche Sicherheitsrisiken



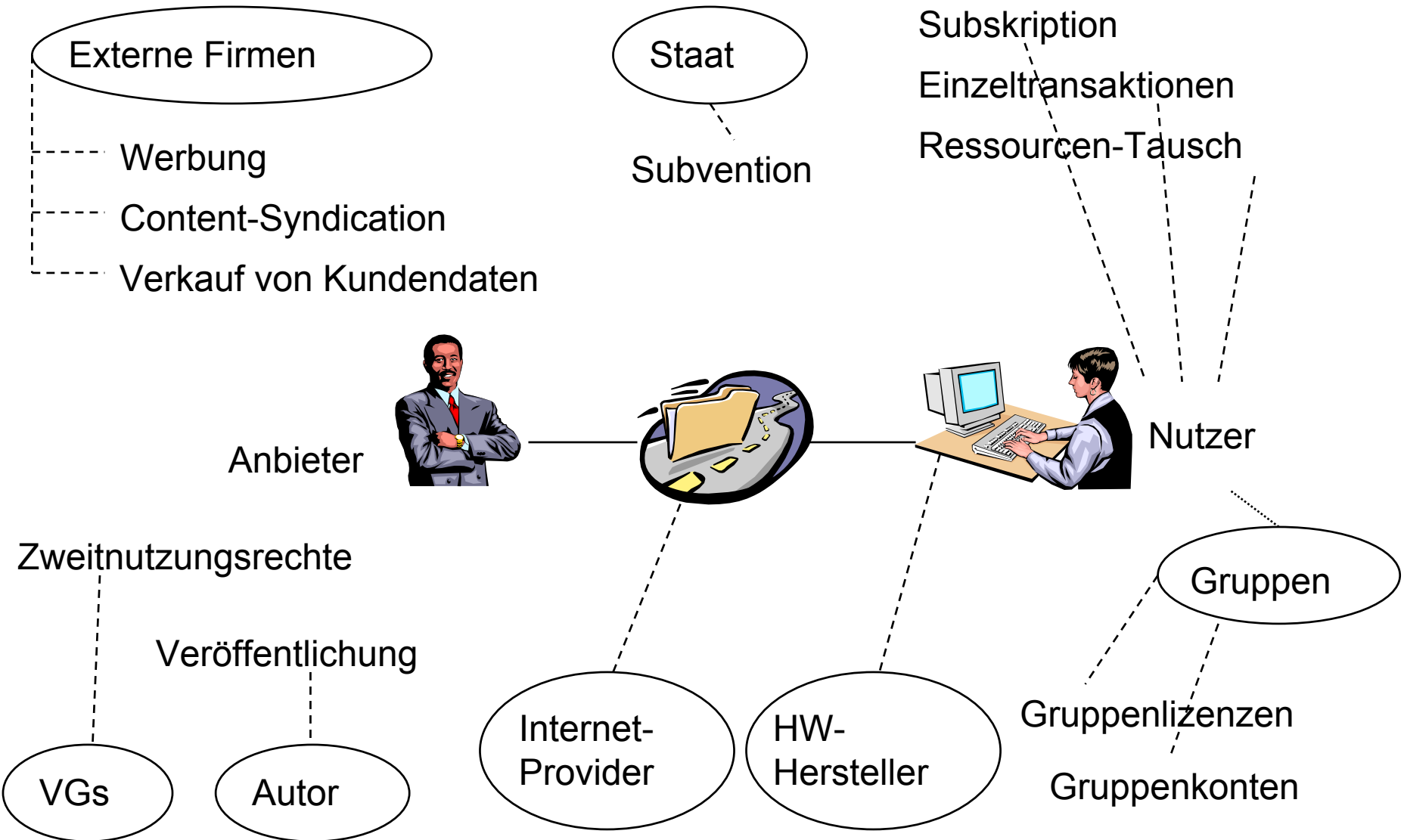


Anbieter



Geldquelle

dCommerce / Erlösformen

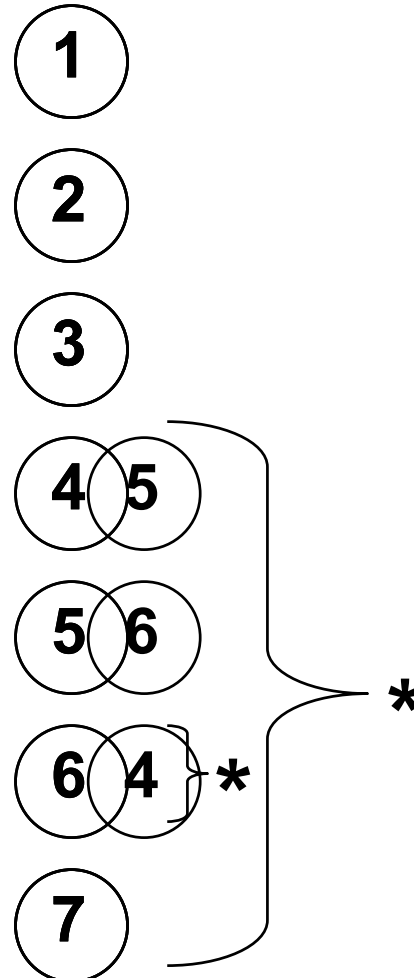


- Produktdifferenzierung
 - Qualität, Funktionalität, Nutzungsrechte
 - Bündelung, Entbündelung, Re-Bündelung
 - Customisation
 - Teaser
- Preisdifferenzierung
 - Persönlich, Zeitlich, Rabatte
 - Power-Buying
 - Verhandlungen
 - Shareware
- Servicedifferenzierung
- Prozessdifferenzierung



dC-Einkaufsphasen

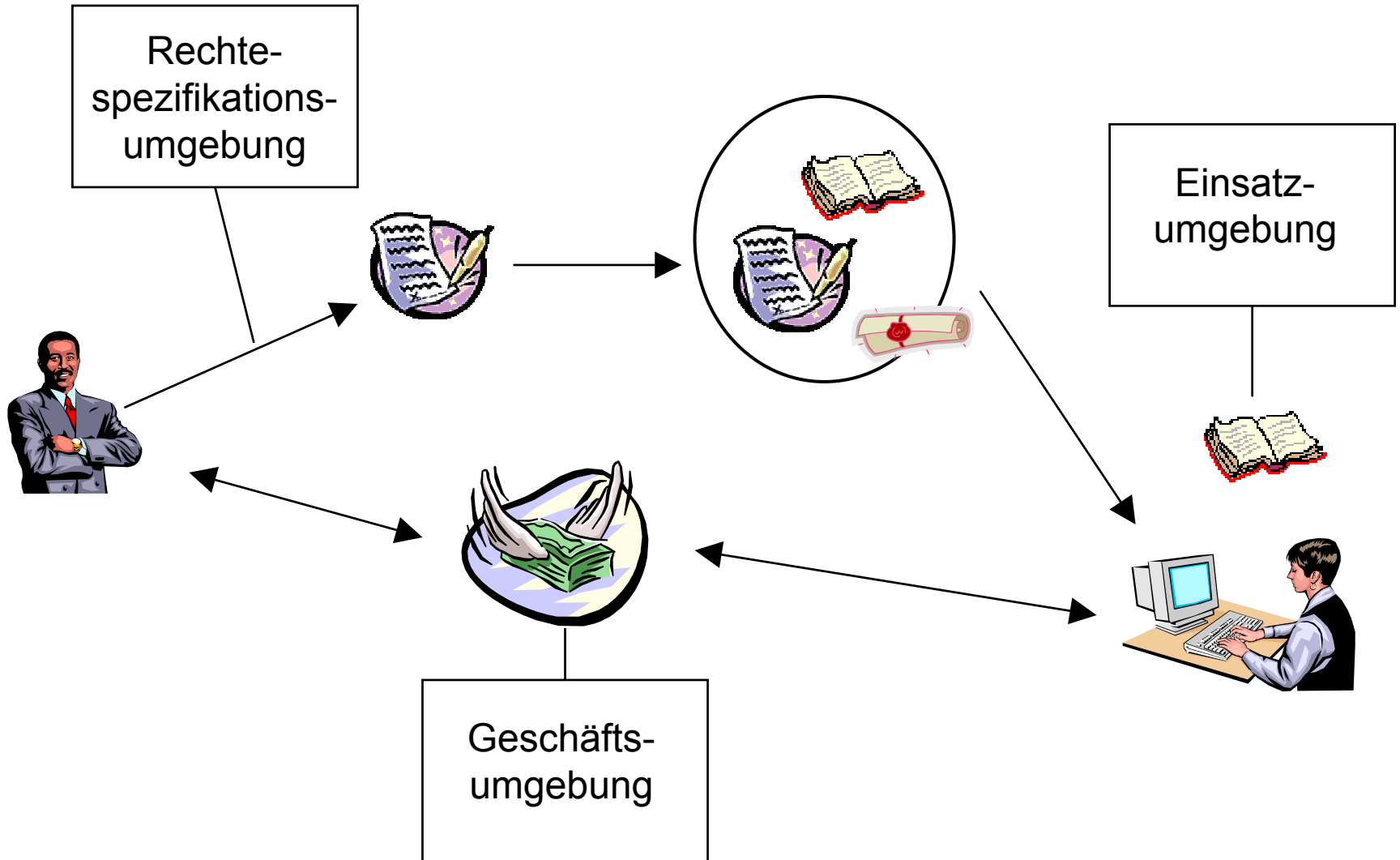
Subsequenz



Definition

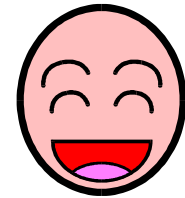
Sammlung digitaler Technologien
für die Spezifikation, Verwaltung,
Vermarktung, Ausübung und Kontrolle
von Rechten.





➤ Pro

- Kontrolle der Einhaltung von Urheberrechten
- Erwerb von Nutzungsrechten statt Produkten
- Faire Abrechnung
- „Knackbar 😊“



➤ Kontra

- Antreiber ist die Medienindustrie
- Verschärfung der Urheberrechte
- Kommerzialisierung des Wissens
- Rückschritt in die Zeit vor Gutenberg



- Fazit: DRM gut; akt. Handhabung schlecht

02/2001: „mangelnde Zahlungsbereitschaft bei 77 % der Web-Nutzer“

09/2001: „mangelnde Zahlungsbereitschaft bei 70 % der Web-Nutzer“

03/2002: „mangelnde Zahlungsbereitschaft bei 67 % der Web-Nutzer“

Systems 2002: „vorsichtiger Optimismus bei kostenpflichtigem Web Content“

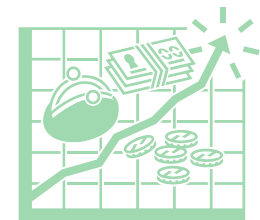
Frankfurter Buchmesse 2002: „Akzeptanz der Nutzer, für Artikel im Internet Geld zu bezahlen, steigt“

Finanztest: Umsatz von 25000 EURO / Monat

Jupiter MMXI:

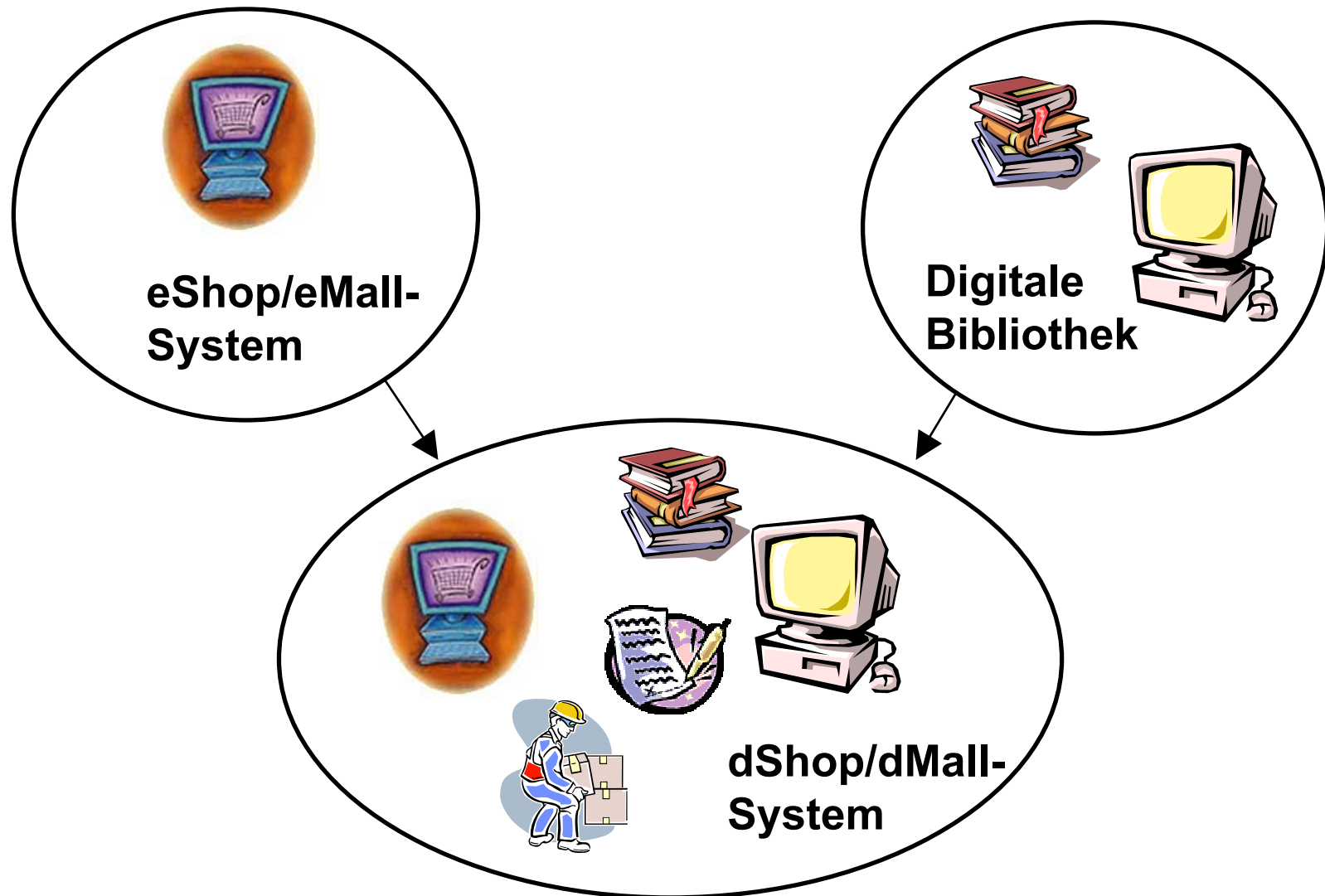
2001: Umsatz in Europa 252 Millionen EURO

2006: Umsatz in Europa 1,7 Milliarden EURO

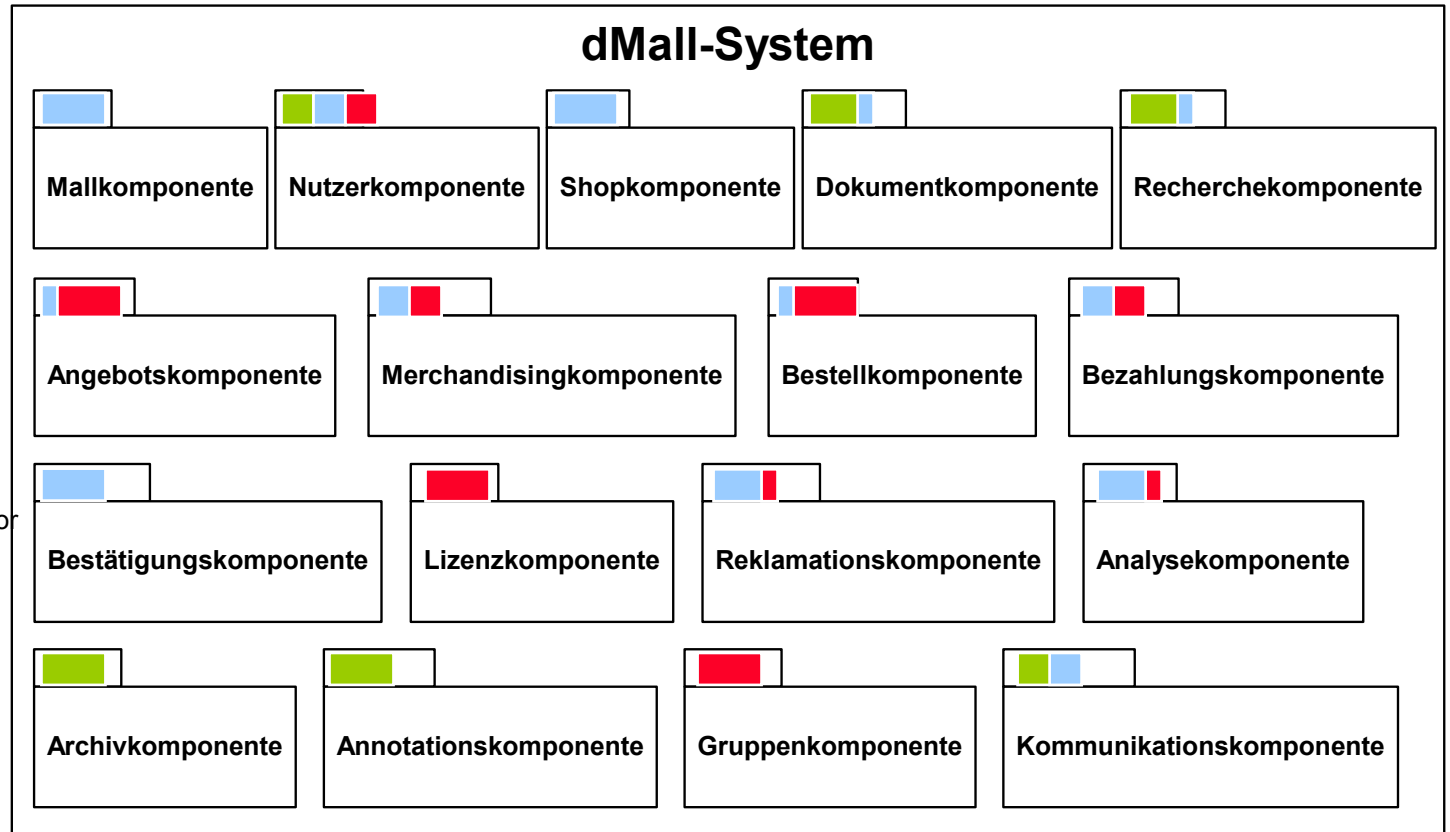
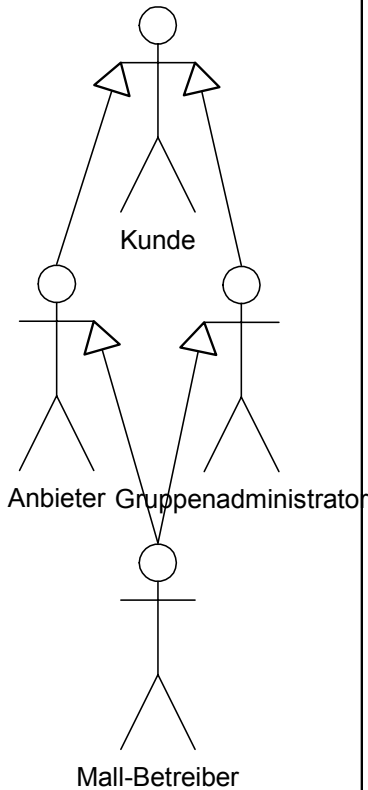


- popfile.de
- emusic.com
- Stiftung Warentest
- Spiegel
- Financial Times
- Heise (c't und iX)
- n-tv
- bild.de
- playboy.de
- Physics4you.de
- ...





- Digitale Bibliothek
- eMail-System
- neu





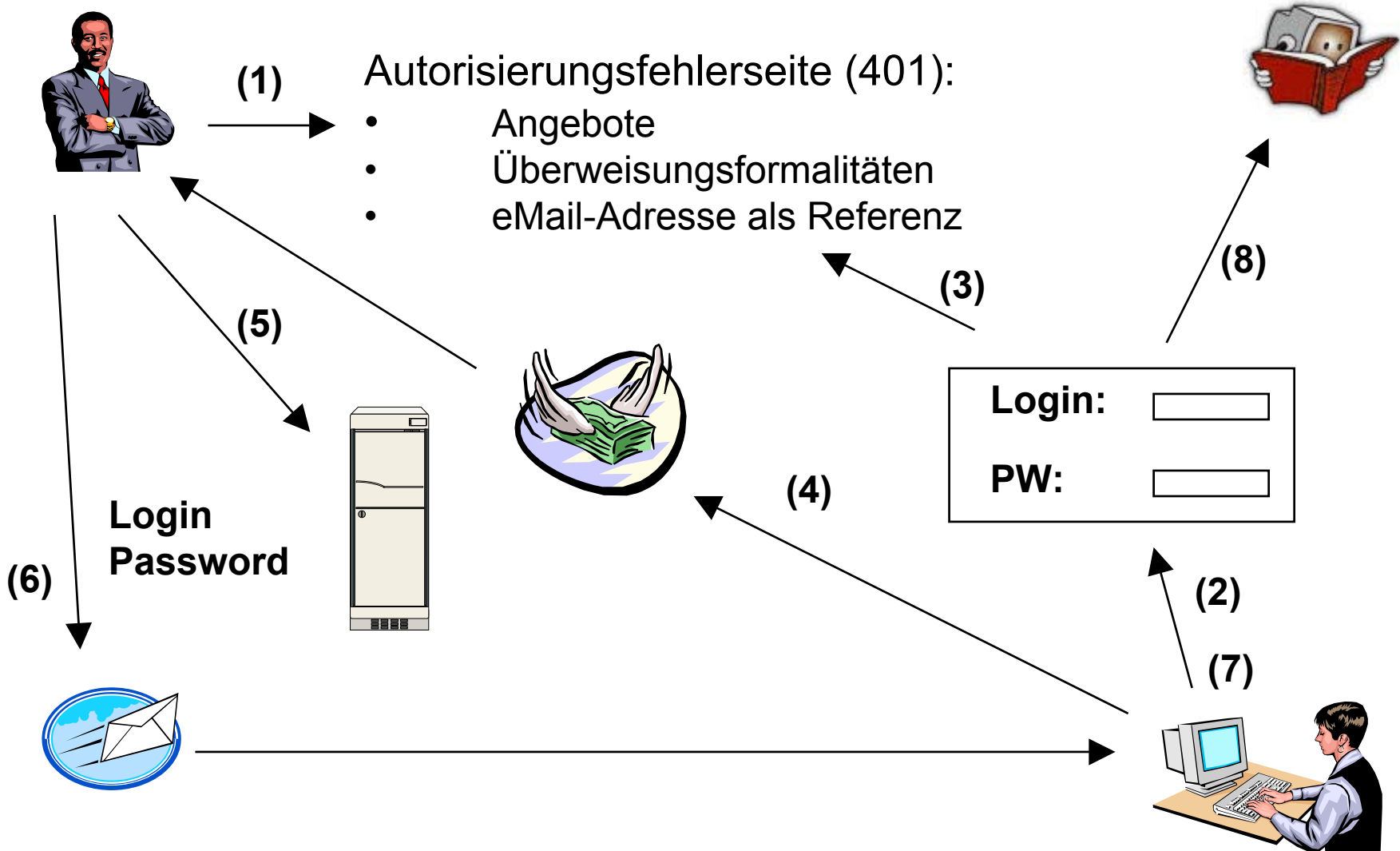
Payment



Gutschein

<http://www.eVerlage.de>

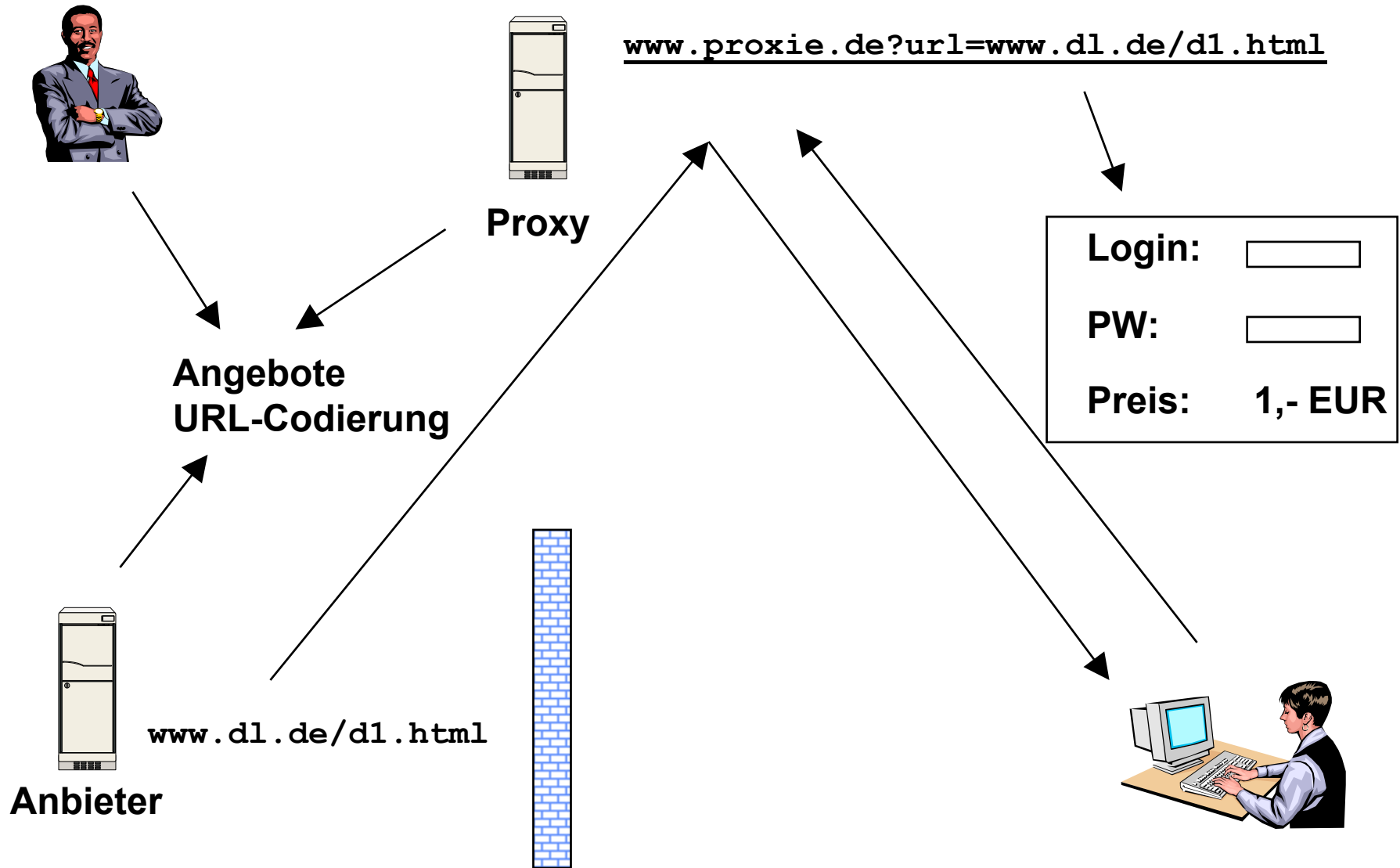
dMail – Realisierung via Basic Authent.





<http://www.ibusiness.de/members/charts/?index=1035191703>

dMail – Proxy-Zwischenschaltung



Proxy



STIFTUNG WARENTEST

<http://www.warentest.de>



Proxy

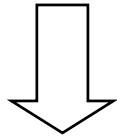


<http://www.physics4you.de>

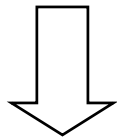
- Kopplung mit eShops
- Erweiterung von eShop- zu dShop-Systemen
- Erweiterung von Content-Management-Systemen
- Integration von Banner-Management-Systemen



Digitale Produkte



Digital Commerce



dC-Handelsinformationssysteme

