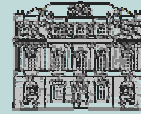




Österreichische Akademie der Wissenschaften

Forschungsstelle für institutionellen
Wandel und europäische Integration



eCommerce

Michael Latzer

Erste Österreichische TA-Konferenz, Wien, 21. Mai 2001



Forschungsschwerpunkt: Europäische Informationsgesellschaft



- ❖ **Mediamatik** - das transformierte gesellschaftliche Kommunikationssystem
- ❖ **Digitale Ökonomie** - das transformierte Wirtschaften
 - ❖ eCommerce
- ❖ **Mediamatikpolitik** - die transformierte Staatlichkeit

Michael Latzer, IWE - Österreichische Akademie der Wissenschaften



Forschungsprojekte



- ❖ **Mediamatikpolitik für die Digitale Ökonomie: eCommerce, Qualifikation und Marktmacht in der Informationsgesellschaft** (abgeschlossen)
- ❖ **Status und Dynamik von B2C-eCommerce in Wien** (laufend)
- ❖ **Ziele:**
 - *Einschätzung von Stand und Entwicklung
 - *Prüfung von Wirkungshypothesen
 - *Ableitung von Politikoptionen

Michael Latzer, IWE - Österreichische Akademie der Wissenschaften



Empirisch-analytischer Ansatz

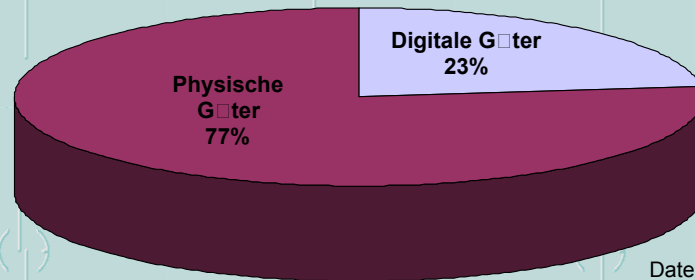
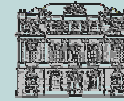


- ❖ **nachfrageseitige Befragung (durch Fessel-GfK/Integral als Teil des AIM-Spezial 1999/2000); dzt.: angebotsseitige Befragung in Wien**
- ❖ **analytisches Konzept f. Befragung**
 - ❖ **Unterteilung in Transaktionsphasen**
 - ❖ Informationsphase
 - ❖ Vereinbarungsphase (Vertragsverhandlung u. -abschluss)
 - ❖ Abwicklungsphase (Bezahlung u. Lieferung)
 - ❖ After Sales Phase (Kundenbindung)
 - ❖ **Unterscheidung in physische und digitale Güter (Lieferung via Internet)**

Michael Latzer, IWE - Österreichische Akademie der Wissenschaften



Einkäufe und Informationen via Internet in A, 1999



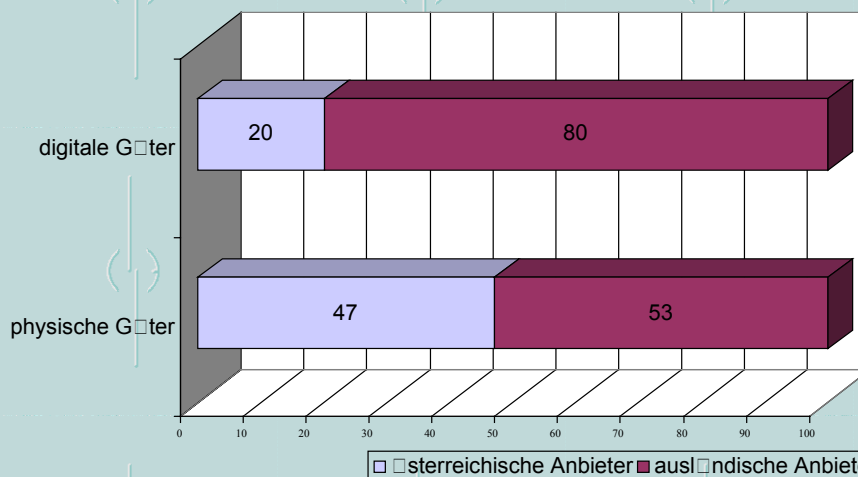
Daten: IWE - ÖAW

- ❖ B-2-C eCommerce: 3,3 Mio Einkäufe, 1/2 Mio Nutzer
- ❖ Information via Internet und traditioneller Kauf: 24,5 Mio
- multichannel Strategie ("click and mortar")

Michael Latzer, IWE - Österreichische Akademie der Wissenschaften



B-2-C eCommerce bei österreichischen und ausländischen Anbietern, 1999 (in %)



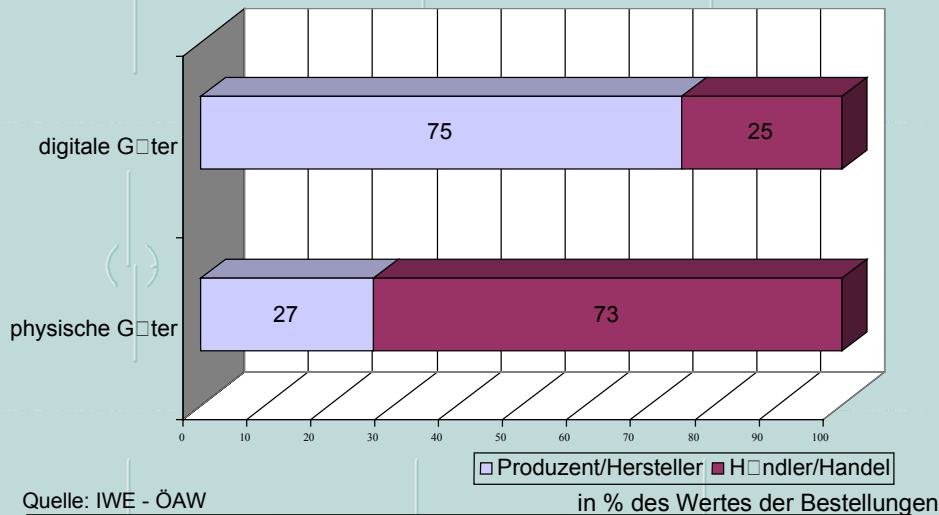
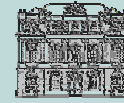
Quelle: IWE - ÖAW

in % des Wertes der Bestellungen

Michael Latzer, IWE - Österreichische Akademie der Wissenschaften



B-2-C eCommerce bei Herstellern und Händlern, Österreich 1999 (in %)



Wirkungshypothesen zu Marktstrukturen



- ❖ Markttransparenz, Wettbewerbsintensität
- ❖ Technikdeterministische Thesen: beides hoch
 - ❖ Suchmaschinen, elektronische Preisvergleiche; geringe technologische Zugangsbarrieren, Bedeutungsverlust von Distanz und physischer Präsenz
- ❖ Empirisch-analytische Prüfung: beides gering
 - ❖ Indikatoren: Kaufkriterien (Brandnames), Marketingkosten (hoch); Marktkonzentration (hoch), Preisstreuung (hoch)
 - ❖ Konsequenzen für KMUs und Konsumenten

Michael Latzer, IWE - Österreichische Akademie der Wissenschaften