

Tobias Hausen und Gerhard Schiefer

Anforderungsanalyse und Klassifikationsschema für elektronische Handelssysteme

Formen von elektronischen Handelssystemen (EHS) finden Anwendung auf unterschiedlichsten Märkten. Eine erfolgreiche Durchsetzung erfolgt allerdings bislang selten. Gründe liegen in der mangelnden Ausrichtung der Systeme auf die Zielmärkte, da nur Teilaspekte bestehender Marktbeziehungen fokussiert werden. Weiter fehlen systematische Beschreibungs- und Analyseschemata für EHS.

1 Einführung

Der Begriff EHS soll für sämtliche Ausprägungen von internetbasierten elektronischen Koordinierungssystemen von Angebot und Nachfrage stehen. Die Funktion von EHS liegt in Koordination, der Transaktionsdurchführung und der Bereitstellung der institutionellen Infrastruktur, die dafür nötig ist (vgl. HAUSEN 2002).

Dieser Artikel stellt einen konzeptionellen Rahmen vor, durch den es ermöglicht wird spezifisch an die Marktgegebenheiten angepasste EHS zu entwickeln. Der erste Teil des Konzeptes, der in Abschnitt 2 vorgestellt wird, bietet Anleitung zur Analyse der Anforderungen der Zielmärkte und Zielteilnehmer anhand spezifischer Kriterien. Von Bedeutung sind hierfür die gehandelten Produkttypen, die Art der Handelsbeziehung (IOB - Interorganisationale Beziehungen) sowie Anforderungen der Marktteilnehmer und EHS-Betreiber.

Abschnitt 3 behandelt den zweiten Teil des konzeptionellen Rahmens. Hier wird ein Klassifikationsschema zur Analyse von Art, Umfang und Leistung elektronischer Handelssysteme vorgestellt. Im Idealfall reflektieren die Ausprägungen der Kriterien für EHS die Anforderungen des Zielmarktes für das EHS. Unter Bezugnahme auf die vorgestellten Kriterien innerhalb des Klassifikationsschemas werden kurz Ergebnisse einer Fallstudie erwähnt, in der existierende EHS auf diese Eigenschaften hin analysiert wurden. Damit sollte erstens ein Überblick der aktuellen Marktsituation erlangt werden und geprüft werden, wie weit Anpassung der EHS an den Zielmarkt vorliegt. Zweitens sollte die Praxistauglichkeit des Schemas überprüft werden.

Genaue Analyse und Charakterisierung der Zielmärkte ermöglichen es einerseits für spezifische Märkte geeignete Handelssysteme zu entwickeln, andererseits aber auch bestehende Systeme auf ihre Eignung für einen bestimmten Markt zu überprüfen. Abbildung 1 zeigt den konzeptionellen Rahmen im Überblick.

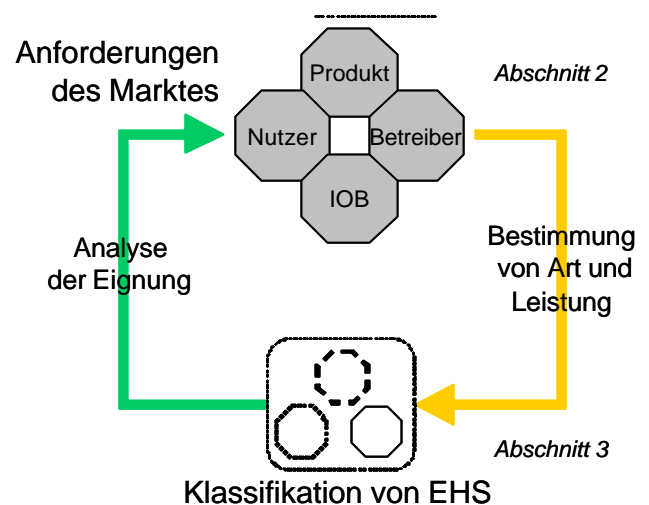


Abb. 1: Konzeptioneller Rahmen für die Entwicklung und Analyse von EHS (Quelle: Eigene Darstellung)

2 Anforderungsanalyse für die Entwicklung EHS

Die Agrar- und Ernährungsindustrie als Zielmarkt für EHS ist durch stark heterogenen Aufbau und hohe Komplexität gekennzeichnet, hervorgerufen durch große Produktvielfalt und verschiedenste Handels- sowie Kommunikationsprozesse (vgl. VATN 2002). Ein erfolgreiches Handelssystem muss dieser Komplexität gerecht werden und versuchen, die spezifischen Prozesse und Funktionen technologisch im Hinblick auf die vorhandenen Geschäftsbeziehungen und Regeln zu integrieren.

Jeder Markt sowie die dort bestehenden Handelsbeziehungen werden durch spezifische Charakteristika und Regeln bestimmt. Handelsbeziehungen und die ablaufenden Transaktionen sind durch eine Vielzahl von ökonomischen, sozioökonomischen, soziologischen und technischen Faktoren abhängig und oftmals durch hohe Komplexität geprägt. Für erfolgreiches Handeln spielt die Kenntnis dieser Faktoren eine wichtige Rolle. Um den notwendigen Leistungsumfang eines EHS zu definieren, ist daher die Analyse der folgenden vier Anforderungsbereiche eine notwendige Voraussetzung:

- Anforderungen aus Güterart und Eigenschaften,
- Anforderungen aus den Charakteristika von IOB,
- Anforderungen der Marktteilnehmer und
- Anforderungen der EHS-Betreiber.

Die vier Bereiche repräsentieren den Istzustand und die Anforderungen aus einer gegebenen Marktsituation, welche vom Produkt, dem Markt, den Marktteilnehmern und den Betreibern gegeben sind. Die Anforderungsbereiche stehen in gegenseitiger Abhängigkeit. Die Güterart lässt sich als Haupteinflussfaktor für eine gegebenen Marktsituation identifizieren. Weiter muss innerhalb der Anforderungsbereiche Marktteilnehmer und Betreiber zwischen Anforderungen aus dem Istzustand und Anforderungen zum Erreichen eines Sollzustandes unterschieden werden.

Ausgehend von den Anforderungsbereichen lässt sich für die Beschreibungskriterien von EHS (siehe Abschnitt 3) deren Ausprägung für die spezifische Marktsituation ableiten. Die Kriterien von EHS stehen in Abhängigkeit zu den im Folgenden dargestellten Faktoren Güterart, Handelsbeziehung, Anforderungen der Marktteilnehmer und Anforderungen des Betreibers.

Anforderungen durch die Güterart

Die Güterart ist Haupteinflussfaktor für die Ausprägung der Regeln und Charakteristika einer Handelsbeziehung und ist ein bestimmender Faktor für Art und Leistung eines EHS. Produkte lassen sich in vier Produkttypen differenzieren: Suchgüter, Erfahrungsgüter, Vertrauensgüter und beratungsintensive Güter (vgl. WEIBER, ADLER 1995; KORB 2000). Der Gütertyp lässt sich durch Identifikation spezifischer Gütereigenschaften bestimmen. Zu nennen sind inhärente Produkteigenschaften wie die chemischen, physikalischen, technischen und funktionellen Eigenschaften sowie „unsichtbare“ Produkteigenschaften wie beispielsweise Zweck, Brauchbarkeit, Verbraucherwahrnehmung, Intangibilität oder Stückzahlen.

Von der Güterart sind Charakteristika der IOB abhängig. Deren Ausprägung wird durch die gehandelte Güterart determiniert (vgl. HAUSEN, HELBIG, SCHIEFER 2002). Abbildung 2 zeigt den diesen Zusammenhang sowie die abhängigen Kriterien von EHS.

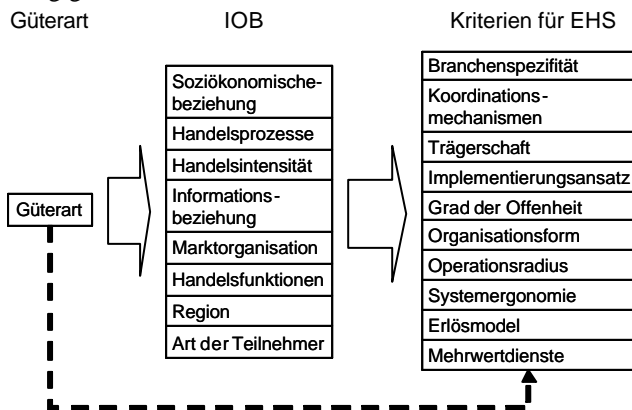


Abb. 2: Zusammenhang von Güterart, Handelsbeziehungscharakteristika und Kriterien für EHS Analyse (Quelle: Eigene Darstellung)

Anforderungen aus Handelsbeziehungen

Handelsbeziehungen sind multifaktoriell geprägte Beziehungen. Folgende Charakteristika beschreiben das generelle Verhältnis zwischen aktiven Marktteilnehmern: Handelsintensität, Handelsprozesse, Informationsbeziehung, sozioökonomische Beziehung, Art der Teilnehmer, Handelsfunktionalitäten, Marktorganisationsform und Region. IOB bestehen auf vertikaler Ebene (Angebot und Nachfrage) sowie auf horizontaler Ebene (Anbieter oder Nachfrager).

Handelsintensität

Die Handelsintensität beschreibt die Qualität der Handelsbeziehung in Bezug auf Intensität und Häufigkeit der Zusammenarbeit und Transaktionsdurchführung. Prinzipiell lassen sich drei Formen unterscheiden: einmalige Transaktionen ohne weitere Zusammenarbeit oder geplante Wiederholung, länger andauernde Handelsbeziehungen mit regelmäßigen Transaktionen und zuletzt die strategische Partnerschaft mit intensivem Austausch und Zusammenarbeit (vgl. WILSON, VLOSKY 1997).

Handelsprozesse

Jede Güterart zieht unterschiedliche intra- und interorganisationale Informations-, Kommunikations-, Transaktionsprozesse nach sich. Bei interorganisationalen Prozessen sind daher die einzelnen Transaktionsphasen stark unterschiedlich ausgeprägt. Weiter sind die Koordinationsmechanismen für Angebot und Nachfrage unter den Handelsprozesse zu fassen. Der Koordinationsmechanismus bestimmt die Art der Preisbildung und die spezifischen Regeln der Transaktion.

Informationsbeziehung

Die Informationsbeziehung beschreibt das Verhältnis, die Qualität und den Stand der Information zwischen und auf den einzelnen Stufen der Wertschöpfungskette. Eine asymmetrische Verteilung der Information kann zu ungerechtfertigten Preisen oder sogar Marktversagen führen (vgl. AKERLOF 1970).

Sozioökonomische Beziehungen

Die sozioökonomischen Beziehungen zwischen den Marktteilnehmern reflektieren das Verhältnis zwischen Marktteilnehmern in Hinblick auf Vertrauen, opportunistisches Verhalten oder langjährige Geschäftspartnerschaft (vgl. GRANOVETTER 1985). Hier sind z.B. stark habitualisierte Verhaltensweisen in durch Tradition geprägten Branchen von Bedeutung.

Art der Teilnehmer

Die Art der Teilnehmer spezifiziert das einzelne Unternehmen auf einer Stufe innerhalb einer Wertschöpfungskette. Unternehmen werden z. B gekennzeichnet durch Umsatz, Mitarbeiterzahl, Transaktionsvolumen oder die Organisation. So wird zum einen das Unternehmen beschrieben und zum anderen der Wertkettenbezug und die Position zum vor- und nachgelagerten Bereich deutlich.

Handelsfunktionalitäten

Die Handelsfunktionalitäten beschreiben die generellen Funktionen, die das einzelne Unternehmen übernimmt. Dieses muss nicht explizit durch Handelsunternehmen geschehen, sondern hängt von der Art der Transaktion. Die Funktionen sind die Zeit-, Mengen-, Raum-, Kredit- oder Qualitätsfunktion (vgl. OBERPARLEITER 1955).

Marktorganisationsform

Die Marktorganisationsform verweist auf die gesamte Wertschöpfungskette der entsprechenden Güterart und beschreibt das Maß der Konzentration oder Fragmentierung, die absolute Anzahl der Marktteilnehmer der einzelnen Stufen (EK oder VK), oder die Kostenstrukturen der Unternehmen. Ebenso werden die rechtlichen Rahmenbedingungen wie Vorschriften und Regulierungen betrachtet (vgl. SCHERER, ROSS 1990).

Region

Das Charakteristikum Region stellt den Operationsradius eines Unternehmens für die Güterart dar. Die Region determiniert einzelne Marktsegmente des entsprechenden Gesamtmarktes.

Anforderungen durch Marktteilnehmer

Die Marktteilnehmer als Systemnutzer betrachten das System aus Mitarbeiterperspektive, Unternehmensperspektive und Marktperspektive (vgl. Abbildung 3). Die Mitarbeiterperspektive beschreibt den Mitarbeiter als Nutzer und Teil eines Unternehmens. Die Unternehmensperspektive stellt das gesamte Unternehmen als Systemnutzer und als Teilnehmer eines spezifischen Marktes dar. Die Marktperspektive beschreibt den Markt als Systemnutzer, also eine Summe von Unternehmen als Nutzer, z.B. bei Wertkettenbetrachtung die Anforderungen einer gesamten Stufe oder Supply Chain.

Die drei Nutzergruppen stellen spezifische Ansprüche an Ausgestaltung und Funktionen eines EHS. Die Nutzergruppen haben jeweils unterschiedlichen Fokus. Hier lassen sich die Anforderungsbereiche ökonomisch, kognitiv, prozessual und organisational unterscheiden.

Ökonomische Anforderungen bestehen z. B. in Kostensenkungen, höheren Gewinnen, höherem Umsatz oder der Erschließung neuer Märkte.

Kognitive Anforderungen beschreiben den kognitiven Aufwand der Systembenutzung, also der Mensch-Maschine Kommunikation. Darunter fällt die Softwareergonomie, folglich die Gebrauchstauglichkeit z.B. die Dialogführung oder der Medieneinsatz. Motivation und Zufriedenheit mit dem Systemgebrauch sind ebenfalls hierunter zu fassen.

Die prozessualen Anforderungen richten sich an die Prozessgestaltung. Hierunter werden sämtliche inter- und intraorganisationale Transaktions-, Kommunikations- oder Informationsprozesse gefasst.

Die organisationalen Anforderungen betreffen die Organisationsstruktur, also z.B. die betroffenen Funktionsbereiche, die Standortverwaltung, Fragen der Weisungsbefugnis oder des Kundenbeziehungsmanagements (vgl. BRAUN 1996).

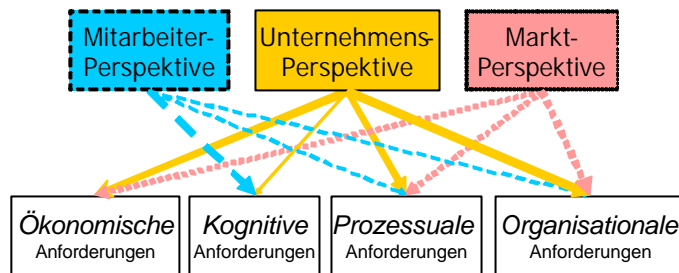


Abb. 3: Perspektiven auf und Anforderungen an EHS (Quelle: Eigene Darstellung)

Anforderungen durch den Betreiber

Für den Systemträger müssen die Trägerschaftsarten Marktteilnehmer, entweder als Einzelunternehmen oder Konsortium, oder das neutrale (vgl. HAUSEN 2002) unterschieden werden.

Die Anforderungen der Träger lassen sich in interne und externe Anforderungen einteilen. Interne Anforderungen beschäftigen sich mit ökonomischen Zielen, mit der strategischen Ausrichtung sowie mit organisationalen Fragen. Ökonomische Anforderungen sind z.B. die Möglichkeit, mit anderen EHS zu kollaborieren, die Verwendung von unterschiedlichen Koordinationsmechanismen mit geeignetem Erlösmodell oder der effiziente Betrieb des EHS in Bezug auf die Wartung. Strategische Ziele hängen am stärksten von der Rolle des Trägers des EHS ab. Marktteilnehmer streben vermutlich nach Stärkung der eigenen Position gegenüber den Mitbewerbern (mit und ohne EHS) oder gegenüber Lieferanten oder Abnehmern. Organisationale Anforderungen betreffen den Backendbereich des EHS, also die generelle Flexibilität des Systems in Bezug auf die Verwaltung und Handhabung. Externe Anforderungen bestehen in erster Linie in Erfüllung der von Nutzern gestellten Anforderungen. Diese können in Konflikt zu den durch den vom Betreiber gestellten Anforderungen stehen. Der Zielkonflikt besteht vor allem zwischen der strategischen Ausrichtung eines Trägers, der als Marktteilnehmer agiert, und den Anforderungen der übrigen Marktteilnehmer. Die Betreibergruppen und Anforderungen sind in Abbildung 4 dargestellt.

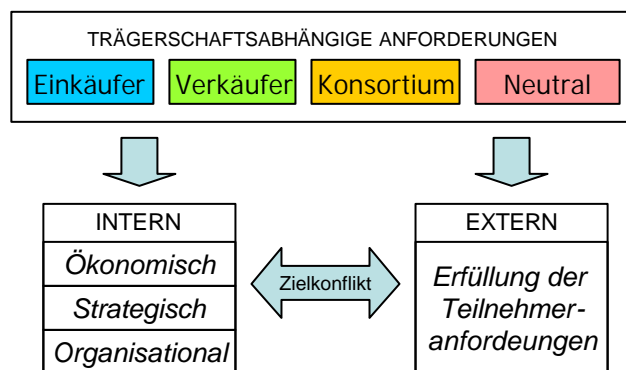


Abb. 4: Anforderungen an EHS aus der Position der Betreiber (Quelle: Eigene Darstellung)

3 Klassifikationsschema für EHS und Fallstudienresultate

Für die Entwicklung und erfolgreiche Implementierung spezifischer angepasster EHS ist die Analyse der in Abschnitt 2 gesetzten Anforderungen und Rahmenbedingungen eine wichtige Voraussetzung. Die Gestaltung folgender Kriterien für EHS sollte in Abhängigkeit zu den im vorhergehenden Abschnitt dargestellten Elementen einer Handelsbeziehung der Anforderungen an EHS erfolgen: Trägerschaft, Organisationsform, Branchenspezifität, Implementierungsansatz, Grad der Offenheit, Koordinationsmechanismen, Mehrwertdienste, Erlösmodell, Operationsradius und Systemergonomie. Diese Kriterien bilden ein Klassifikationsschema, um bestehende EHS zu bewerten und die Eignung für einen Markt und Teilnehmer zu überprüfen. In einer Fallstudie wurden existierende EHS auf diese Kriterien hin untersucht, mit dem Ziel die Markteignung der EHS zu prüfen und die Feststellung der aktuellen Tendenz der am Markt aktiven EHS sowie das Schema zu testen.

Untersucht wurden 79 EHS, 20 davon in der Agrarwirtschaft und 19 in der Nahrungsmittelproduktion und -handel. Die weiteren EHS stammen aus den Industriezweigen wie z.B. Maschinenbau, Handel, MRO, Logistik, Chemie, Banken oder Papier. Acht der EHS haben den Dienst innerhalb des Untersuchungsraumes eingestellt. Die Ergebnisse der Studie sind in Tabelle 1 zusammengefasst.

Insgesamt zeigte die Studie eine geringe Anpassung der vorhandenen EHS an die spezifischen Anforderungen der Zielmärkte. Insbesondere bei den Mehrwertdiensten gab es keine spezifischen Dienstleistungen für die Zielgruppe. Viele der untersuchten EHS scheinen die Umsätze durch Werbung zu generieren. Allerdings existiert eine relativ gute Anpassung für die über EHS gehandelten Produktgruppen an die angebotenen Koordinationsmechanismen. Die Studie zeigt deutlichen Handlungsbedarf im Bereich einer verbesserten und erhöhten Anpassung von EHS an die Zielgruppe. Lediglich einige große EHS, durch Konsortien von „Key Playern“ der Branche gestützt, zeigen Konformität zum Zielmarkt. Die Ergebnisse der Studie zeigten klar die Praxistauglichkeit des entwickelten Klassifikationsschemas. Die Kriterien des Klassifikationsschemas werden im Folgenden beschrieben.

Trägerschaft

Die Trägerschaft beschreibt durch welchen Marktteilnehmer ein EHS geführt wird. Es wird differenziert zwischen Trägern als Nachfrager, Anbieter, neutraler Betreiber oder Konsortien aus Anbietern oder Nachfragern. Jeder Träger verfolgt unterschiedliche Ziele und Strategien und eignet sich entsprechend für eine bestimmte Marktsituation.

Organisationsform

Die Organisationsform der Austauschbeziehung beschreibt das quantitative Verhältnis, in dem Unternehmen sich in Geschäftsbeziehungen gegenüberstellen, sowie die Initiative innerhalb der Marktbeziehung. Hierbei sind vier Organisationsformen möglich, eine „Eins-zu-Eins“ (1-1), eine „Eins-zu-Viele“ (1-m) (Distribution, Procurement), eine

„Viele-zu-Eins“ (n-1) (Einkaufs- und Verkaufsgemeinschaften) und eine „Viele-zu-Viele“ (n-m) Beziehung (Marktplatz).

Branchenspezifität

Die Branchenspezifität unterscheidet zwischen horizontalen und vertikalen EHS. Horizontale EHS sind auf spezifische Funktionen und Prozesse spezialisiert, die branchen- oder marktübergreifend benötigt oder angewendet werden. Vertikale Systeme hingegen arbeiten entlang einer Wertschöpfungskette oder bilden einen Bestandteil dieser, sind also stark branchenspezifisch. Die Unterscheidung ist auch innerhalb einer Branche zu treffen jeweils in Produkt- und Stufenbezug.

Tab. 1: Ergebnisse der Fallstudie (Quelle: Eigene Darstellung)

Branchenspezifität (jeweils Produkt- u. Kettenbezug als Kombination)	Produktbezug	Sektorspezifisch Horizontal Stufenspezifisch Vertikal	Agrar- industrie	Nahrungs- mittel	Übrige Branchen
			+++	+++	+++
Koordinationsmechanismen (Mehrfachnennungen)	Horizontal				+++
	Vertikal				+++
Trägerschaft	Katalog		+++	++	+++
	Ausschreibung		++	+++	+++
	Bündelung		+	-	+
	Börse		+	+	++
	Auktion		++	+++	+++
Implementierungsansatz	Schwarzes Brett		++	+	++
	Neutral		+++	+++	+++
	EK		-	+	-
	VK		-	-	-
Grad der Offenheit	Konsortium		-	+	+
	Top-Down		+++	+++	+++
Organisationsform	Bottom-Up		-	+	+
	Offen		+++	+++	+++
	Geschlossen		-	+	+
	(1-1)		-	-	-
Operationsradius	(1-m)		-	-	+
	(n-1)		-	-	-
	(n-m)		+++	+++	+++
	International		+++	+++	+++
Systemergonomie	National		+++	+++	+
	Regional		-	-	-
	n.U.		n.U.	n.U.	
Erlösmodell (Mehrfachnennungen)	Zeitbasiert		+	++	+++
	Transaktionsbasiert		++	+++	+++
	Werbung		+++	++	+
	Investment		-	+	+
Mehrwertdienste (Mehrfachnennungen)	Informationsdienste extern		+++	+++	++
	Informationsdienste intern		+	+	+
	Verhandlungssupport		-	++	++
	Finanzdienstleistungen		-	++	+++
	Logistikdienste		+	++	+++
	Katalogmanagement		-	-	+
	Systemintegration		-	+	++
Dienst eingestellt	Geschäftsbeziehungsmanagement		-	+	+
	Schulung		-	+	++

Anzahl der "+" gibt die Tendenz des Vorkommens des Kriteriums wieder, "-" bedeutet keine Nennung

Grad der Offenheit

Das Kriterium Grad der Offenheit die Zugangsmöglichkeit oder -beschränkung des EHS durch/für die Marktteilnehmer. Es kann stufenlos zwischen offenen und geschlossenen EHS unterschieden werden.

Implementierungsansatz

Der Implementierungsansatz beschreibt Art und Weise, in der Unternehmen mit einem EHS den Eintritt in eine Branche verfolgen, sowie die strategische Ausrichtung. Es wird unterschieden zwischen „Bottom-up“- und „Top-down“-

Ansatz (vgl. GAITA-NIDES, SCHOLZ, VROHLINGS 1994). Der „Bottom-up“-Ansatz greift bestehende Regeln, Geschäftsgebräuche und -beziehungen auf. Ein idealer Startpunkt für diese Art der Initiative liegt an der Schnittstelle von Kunden-Lieferanten-Beziehungen. Beim „Top-Down“-Ansatz werden die Regeln für Gütertausch und Geschäftstransaktionen innerhalb einer Branche oder einem Segment von außen vorgegeben. Bestehende Geschäftsbeziehungen nehmen eine deutlich untergeordnete Rolle ein. Es wird versucht, die Wertschöpfungskette in der Gesamtheit zu erfassen, ohne auf Besonderheiten der Teilsegmente einzugehen.

Grad der Offenheit

Das Kriterium Grad der Offenheit die Zugangsmöglichkeit oder -beschränkung des EHS durch/für die Marktteilnehmer. Es kann stufenlos zwischen offenen und geschlossenen EHS unterschieden werden.

Koordinationsmechanismus

Der Koordinationsmechanismus stellt Regeln für das Zustandekommen eines Gütertausches sowie den dazugehörigen Preisfindungsmechanismus dar. Es wird unterschieden zwischen dynamischen, statischen und gemischten Koordinationsmechanismen. Kataloge sind statische, Auktionen und Börsen dynamische Systeme. Zu den Mischformen zählen Ausschreibungssysteme und Subformen.

Mehrwertdienste

Ein weiteres Beschreibungskriterium sind optional angebotene Mehrwertdienste. Zu Mehrwertdiensten gehören Dienste und Funktionen, welche über die Koordinationsmechanismen während der Transaktion hinausgehen und spezifisch für bestimmte Transaktionsphasen sein können. Beispiele sind Logistikdienste, Kundenvermittlung oder Zahlungsabwicklungsdienste.

Erlösmodell

Unter dem Erlösmodell wird die Art und Weise der Bezahlung für die Dienste des elektronischen Handelssystems verstanden. Dieses kann transaktionsabhängig, zeit-abhängig, leistungsabhängig oder als Investment der beteiligten Firmen, die sich die Plattform als technische Basis teilen, erfolgen.

Operationsradius

Das Kriterium Operationsradius steht in enger Beziehung zur Trägerschaft. Der Operationsradius definiert den wirtschaftlichen Aktionsradius eines EHS.

Systemergonomie

Das Beschreibungskriterium Systemergonomie umfasst die multimediale Unterstützung des elektronischen Handelssystems, die Katalogstruktur oder die Seitennavigation. Eine ausführliche Beschreibung von Elementen der Systemergonomie findet sich bei HARKIN und LANDAU (1997).

Literatur

- AKERLOF, G. (1970): The Market for Lemons. Qualitative Uncertainty and the Market Mechanism. Quarterly Journal of Economics Jg. 84, Heft 1, S. 488-500.
- BRAUN, J. (1996a): Aufgaben und Ziele der Organisationsgestaltung. In: BULLINGER, H.-J.; Warnecke, H. J. (Hg.): Neue Organisationsformen im Unternehmen. Berlin: Springer Verlag.
- GAITANIDES, M.; Scholz, R.; Vrohlings, A. (1994): Prozessmanagement – Grundlagen und Zielsetzungen. In: Gaitanides, M.; Scholz, R.; Vrohlings, A.; Raster, M. (Hg.): Prozessmanagement. Konzepte, Umsetzungen und Erfahrungen des Reengineering. München.
- GRANOVETTER, M. (1985): Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. American Journal of Sociology 91 (3): 481-510.
- HARKIN, M.; Landau, K. (1997): Guidelines for the Design of Agricultural Videotex Systems. Bad Urach: Institut für Arbeitsorganisation.
- HAUSEN, T. (2002): Analyserahmen für internetbasierte Handelssysteme. Bericht B02/5. Bonn: ILB-Verlag.
- HAUSEN, T.; Helbig, R.; Schiefer, G. (2002): Conceptual framework for the design and conception of an electronic trade platform in agribusiness. Contributed paper at the Xth EAAE Congress in Zaragoza, Spain, 28-31 August 2002.
- KORB, J. C. (2000): Kaufprozesse im Electronic Commerce. Einflüsse veränderter Kundenbedürfnisse auf die Gestaltung. Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag.
- OBERPARLEITER, K. (1955): Funktionen und Risiken des Warenhandels. 2. Aufl., Wien.
- SCHERER, F.M.; Ross, D. (1990): Industrial Market Structure and Economic Performance. 3rd edition, Boston.
- VATIN, A. (2002). Multifunctional agriculture: some consequences for international trade regimes. European Review of Agricultural Economics. 29 (3): 309-327.
- WEIBER, R.; Adler, J. (1995): Informationsökonomisch begründete Typologisierung von Kaufprozessen. Schmalenbachs Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung. 47: 43-65.
- WILSON, E. J.; Vlosky, R. P. (1997): Partnering Relationship Activities: Building Theory from Case Study Research. Journal of Business Research. 39 (1): 59-70.

Anforderungsanalyse und Klassifikationsschema für elektronische Handelssysteme (T. Hausen und G. Schiefer)

Zusammenfassung

Die vorgestellten vier Marktelemente Güterart, Handelsbeziehungscharakteristika sowie Anforderungen der Marktteilnehmer und Betreiber dienen als Grundlage, um die spezifischen Eigenheiten eines Marktes in Bezug auf elektronische Handelssysteme berücksichtigen zu können und bei der Entwicklung von EHS zu integrieren. Eine systematische Analyse dieser Anforderungen des Marktes ist eine wichtige Voraussetzung für die erfolgreiche Entwicklung und Implementierung von EHS. Erfolgreiche EHS sollten die Gegebenheiten des Marktes erfassen und durch ihren Leistungsumfang widerspiegeln. Für die Beschreibung und Systematisierung von EHS lassen sich die vorgestellten Kriterien als Klassifikationsschema heranziehen. Durch die

Beschreibungskriterien von EHS und deren Abhängigkeit von den Marktcharakteristika lassen sich bestehende elektronische Handelssysteme genau analysieren, charakterisieren und vor ihrem spezifischen Markthintergrund auf Eignung hin überprüfen.

Stichworte: *Elektronischer Handel, elektronisches Handelssystem, Handelsbeziehung, Klassifikation, Anforderungsanalyse*

Requirement analysis and classification pattern for electronic commercial systems (T. Hausen und G. Schiefer)

Summary

This article provides an overview of market elements and characteristics that need to be addressed of successful electronic trade systems in specific markets. The elements are expressed through a set of characteristics and the demands of the market participants which picture and describe a specific market situation. This specific market situation has to be integrated in the trade platform. In addition, a classification scheme derived from market characteristics is given for the systematic categorization of existing trade platforms.

Keywords: *Electronic commerce.*

Prof. Dr. oec. Gerhard Schiefer leitet den Lehrstuhl für Unternehmensführung, Organisation und Informationsmanagement der Universität Bonn, Dipl.-Ing. Tobias Hausen arbeitet in derselben wissenschaftlichen Einrichtung. Ihre Adresse lautet: Meckenheimer Allee 174, 53115 Bonn, Tel.: +49228732141, Fax: +49228733431, e-mail: t.hausen@uni-bonn.de, www. <http://uf.ilb.uni-bonn.de>