

Electronic Commerce (E-Commerce)

Der Begriff des Electronic Commerce (E-Commerce) wird unterschiedlich definiert. Enge Definitionen verwenden diese Bezeichnung zur Beschreibung des Kaufs und Verkaufs von Waren und Dienstleistungen mit Hilfe von elektronischen Übertragungsmöglichkeiten an Endkunden. In diesem Zusammenhang bezeichnet E-Commerce einen Teil des Electronic Business (E-Business), das alle geschäftlichen Aktivitäten, an denen mindestens ein Unternehmen beteiligt ist, umfasst. Dies bedeutet, dass nur Beziehungen zwischen Unternehmen und Konsumenten erfasst werden. Als Varianten kommen die Optimierung des Einkaufs von Gütern mit Hilfe des Einsatzes von Informations- und Kommunikationstechnologien (*Electronic Procurement*) und die unternehmensübergreifende Optimierung der Material-, Finanz- und Informationsflüsse (*Supply Chain Management*) hinzu.

Neben diesem Verständnis des E-Commerce existieren weiter gespannte Definitionen, zu denen die von der OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development) verwendete gehört. Als einzige Bedingung zur Kennzeichnung einer Geschäftsbeziehung als E-Commerce wird hier die Nutzung elektronischer Datenübertragung zur Abwicklung der Bestellung von Gütern und Dienstleistungen gesehen. In diesem Rahmen zählen dann nicht nur die über computergestützte Netzwerke erfolgenden Bestellungen zwischen Unternehmen und Endkunden zum E-Commerce, sondern auch Geschäftsbeziehungen von Unternehmen untereinander sowie solche zwischen Unternehmen und öffentlichen Verwaltungen und Konsumenten und öffentlichen Verwaltungen.

H3r

Literatur

- I. Sjurts: Gabler Lexikon Medienwirtschaft. Wiesbaden 2004.
TNS INFRATEST: Monitoring Informationswirtschaft, 8. Faktenbericht. München 2005.