

# Seminarfacharbeit

Toni Hausdörfer, Fabian Beez

27. Mai 2020

# Inhaltsverzeichnis

<b>Inhaltsverzeichnis</b>	<b>2</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis</b>	<b>4</b>
<b>1 Einleitung</b>	<b>5</b>
<b>2 Historie</b>	<b>6</b>
2.1 Entstehung . . . . .	6
2.2 Entwicklung mit Blick auf Großfirmen wie PayPal . . . . .	6
2.3 Beeinflussung der Sozialstrukturen . . . . .	6
<b>3 PayPal</b>	<b>6</b>
3.1 Entstehung und grobe Funktionsweise . . . . .	6
3.2 Entwicklung . . . . .	6
3.3 Einfluss auf die Gesellschaft . . . . .	6
<b>4 Konsumverhalten</b>	<b>6</b>
4.1 Veränderungen im Konsumverhalten über die Zeit . . . . .	6
4.2 Einfluss des Onlinehandels . . . . .	6
4.3 Mögliche Probleme und Folgen . . . . .	6
<b>5 Auswirkungen des Oninehandels auf die Infrastruktur</b>	<b>6</b>
5.1 Vergangene Änderungen und Entwicklungen . . . . .	6
5.2 Mögliche Entwicklungen in der Zukunft . . . . .	6
5.3 Probleme mit dem Einfluss des Onlinehandles . . . . .	6
<b>6 Globaler Vergleich des Einflusses und der Entwicklung des On- linehandels</b>	<b>6</b>
<b>7 Onlineversandhändler am Beispiel Amazon</b>	<b>6</b>
7.1 Entstehung und Entwicklung . . . . .	7
7.2 Einfluss auf das Konsumverhalten . . . . .	8
7.3 Onlinehändler als Konkurrenten zu lokalen Händlern . . . . .	9
<b>8 Wirtschaft</b>	<b>9</b>
8.1 Entwicklung der Wirtschaft . . . . .	9
8.2 Auswirkungen auf Konzerne und Umwelt . . . . .	9
8.3 Auswirkungen auf Paketdienste . . . . .	9
8.4 Folgeänderungen von Import/ Export . . . . .	9

<b>9 Handeln im Internet</b>	<b>9</b>
9.1 Marketing . . . . .	9
9.2 Bezahlvorgänge . . . . .	9
<b>Literaturverzeichnis</b>	<b>10</b>
<b>Abbildungsverzeichnis</b>	<b>12</b>
<b>Tabellenverzeichnis</b>	<b>13</b>

# Abkürzungsverzeichnis

**AWS** Amazon Web Services

**EZB** Europäische Zentralbank

# 1 Einleitung

Onlinehandel spielt eine immer größer werdende Rolle im Leben von Menschen fast aller Altersschichten. Aufgrund des allmählichen Verschwindens von Geschäften im Gebiet um Schleusingen haben wir uns die Frage gestellt, welche Rolle der Verkauf von Waren über das Internet in unserem Landkreis spielt, und ob die Schließungen einiger Geschäfte auf den Rückgang der Nachfrage für lokale Einzelhändler zurückzuführen ist.

Außerdem werden wir auf Basis unserer Ergebnisse ein Konzept entwickeln, wie die Nachfrage und der Verkauf von Waren in unserem Landkreis erhöht werden kann.

## 2 Historie

### 2.1 Entstehung

### 2.2 Entwicklung mit Blick auf Großfirmen wie PayPal

### 2.3 Beeinflussung der Sozialstrukturen

## 3 PayPal

### 3.1 Entstehung und grobe Funktionsweise

### 3.2 Entwicklung

### 3.3 Einfluss auf die Gesellschaft

## 4 Konsumverhalten

### 4.1 Veränderungen im Konsumverhalten über die Zeit

### 4.2 Einfluss des Onlinehandels

### 4.3 Mögliche Probleme und Folgen

## 5 Auswirkungen des Onlinehandels auf die Infrastruktur

### 5.1 Vergangene Änderungen und Entwicklungen

### 5.2 Mögliche Entwicklungen in der Zukunft

### 5.3 Probleme mit dem Einfluss des Onlinehandels

## 6 Globaler Vergleich des Einflusses und der Entwicklung des Onlinehandels

## 7 Onlineversandhändler am Beispiel Amazon

Amazon ist ein Onlineversandhändler, der eine breite Bekanntheit genießt und vor allem im europäischen Raum im Bereich des Onlinehandels einen großen

Anteil ausmacht. Während Aliexpress in Asien und östlichen Teilen Europas und Ebay im Norden der EU stark vertreten sind, ist Amazon in Zentral-, Nord- und Westeuropa die Plattform mit dem größten Wert von Verkäufen(FQLP18, S. 22). Außerdem macht Amazon bereits seit Ende 2017 mehr als die Hälfte der Verkäufe durch Drittanbieter aus(LKP18, S. 25). Dementsprechend werde ich in den folgenden Unterpunkten die Firma in Bezug auf ihre Entwicklung, die Auswirkungen dieser und der Konkurrenzfähigkeit zu lokalen Händlern analysieren und auf Basis der Erkenntnisse Schlussfolgerungen im Bezug auf Schleusingen und des hildburghäuser Landkreis schließen.

## 7.1 Entstehung und Entwicklung

Als Amazon, anfangs noch *cadabra.com*, am 5. Juli 1994 von Jeff Bezos und seiner Frau McKenzie gegründet wurde, hatte wahrscheinlich niemand die Vision eines marktführendem Online-Unternehmens im Kopf - im Gegensatz, Amazon war ursprünglich ein Online-Buchhandel für bestimmte, seltene Bücher(GS19, S. 17). Trotz der kleinen Zielgruppe wuchs das Unternehmen in den folgenden Jahren bedeutend: schon zwei Jahre später wurden Aktien angeboten, außerdem wurde anfangs noch fast der komplette Gewinn reinvestiert(Ros16), was das Aufkaufen ganzer Unternehmen schon 4 Jahre nach der Gründung ermöglichte, von beispielsweise *pets.com* und *overstock.com*(Cha18). An der Strategie, Unternehmen komplett zu kaufen, hat sich bis heute nichts geändert - im Gegenteil, Amazon kauft heute mehr und größere Unternehmen als je zuvor(LKP18, S. 27), wie Audible, Kiva Systems oder Twitch(DS19). Der Gewinn wird jedoch nicht mehr ausschließlich reinvestiert(Ros16). Mit der Zeit expandierte die Firma in viele weitere Gebiete: Cloud Computing mit Amazon Web Services (AWS) 2002 sowie Musik mit einem Online-Musik-Store und Lebensmittel mit AmazonFresh im Jahr 2007(DS19, Cha18). Auch bezüglich des Onlinehandels breitete Amazon ab 2000 nach und nach die Produktauswahl aus, wodurch sich der damalige Buchhandel zu dem heutigen Onlineversandhandel für fast alle Produktbereiche entwickelte. Ein wichtiger Schritt zu diesem Ziel war das Ermöglichen von Drittanbieter-Verkäufen ab dem 30. September 1999, was die Bekanntheit und Anzahl der Verkäufe erheblich steigerte(DS19). Außerdem wurden weitere Technologien wie Amazon Prime und AmazonBasics entwickelt, die den Onlinehandel und -versand unterstützen(Cha18), aber auch alleinstehende Projekte, wie Kindles, das Fire Phone oder Smart-Home-Geräte(DS19).

Amazon's Haupteinnahmequelle ist mit 84% der Einnahmen zweifelsfrei der Onlinehandel und -versand(Des17, Abb. 5) - und genau dieser hat in der heu-

tigen Zeit einige Probleme hervorgerufen. Beispielsweise sind von dem in [4.2] beschriebenen Ziel, alles so billig wie möglich zu halten, auch Angestellte, insbesondere Leiharbeiter, betroffen (Api16, S. 6). Außerdem sind die Arbeitsbedingungen vieler Stellen Amazons bedeutend schlecht, wie Apicella in ihrer Studie anhand der Stadt Leipzig beschreibt (Api16, S. 29):

„Die Verkaufsarbeit durchläuft dabei einen Prozess der [...] vollständige[n] Überwachung und Disziplinierung der Beschäftigten[...].“

Dementsprechend sind Streiks bei Amazon keine Seltenheit: Beispielsweise streikten deutsche Angestellte zwei Monate nach der ARD-Reportage „Ausgeliefert! Leiharbeiter bei Amazon“ (LO13) unter dem Motto „Wir sind keine Roboter“ gegen niedrige Löhne, befristete und schlechte Arbeitsverhältnisse sowie die starke Digitalisierung der Arbeit (Api16, S. 6). Außerdem führt das seit über einem Jahrzehnt steigende und von Großfirmen wie Amazon angetriebene Wachstum des Onlinehandels zu einem Rückgang der Nachfrage im stationären Handel (Sha19) - mehr dazu in Punkt [8].

## 7.2 Einfluss auf das Konsumverhalten

Bis Anfang 2020 war das Konsumverhalten in Deutschland für Online- und Einzelhandel geprägt durch eine starkte Kaufkraft - jedoch ist diese durch die derzeit vorherrschende Corona-Situation abgeschwächt worden (BfW20). Allerdings wird die Nachfrage durch den 0%-igen Leitzins der Europäischen Zentralbank (EZB) wieder erhöht, da Sparen so relativ unattraktiv ist (Ebe16, S. 49).

Außerdem haben sich die Bedürfnisse innerhalb der letzten Jahrzehnte stark geändert: statt gleichbleibenden, rationalen Käufen und Kaufmotiven in den 1950ern, die die Auswahl der gekauften Güter stark abhängig von der zur Verfügung stehenden Geldmenge machten (SK03, S. 38), herrscht heute ein deutlich dynamischeres Kaufklima:

„So beziehen jetzt zum Beispiel auch solvente Kunden ihre Lebensmittel aus dem Billigdiscounter, während umgekehrt einkommensschwächere Schichten zu Luxusgütern greifen.“ (ND13, S. 43)

Zusätzlich hat sich unter vielen Konsumenten das Bedürfnis nach individuellen und auf den Käufer angepassten Produkten gebildet (ebd.), was wahrscheinlich durch die extrem große Auswahl bei dem Online-Shopping hervorgerufen wurde. In diesem Aspekt kann der stationäre Einzelhandel schlicht nicht mithalten, da Raum für Produkte begrenzt und sehr teuer ist.



Allerdings hat der stationäre Handel noch einen bedeutenden Vorteil: den sozialen Aspekt. Dieser wird vermutlich durch fortschreitende Digitalisierung eine wichtige Rolle spielen(Ebe16, S. 50).

„Als Mittel gegen Vereinsamung und Anonymisierung im Alltag wird die soziale Komponente beim Einkaufen [...] zunehmend an Bedeutung gewinnen.“(ND13, S. 43)

## **7.3 Onlinehändler als Konkurrenten zu lokalen Händlern**

# **8 Wirtschaft**

## **8.1 Entwicklung der Wirtschaft**

## **8.2 Auswirkungen auf Konzerne und Umwelt**

## **8.3 Auswirkungen auf Paketdienste**

## **8.4 Folgeänderungen von Import/ Export**

# **9 Handeln im Internet**

## **9.1 Marketing**

## **9.2 Bezahlvorgänge**

## Literaturverzeichnis

- [Api16] APICELLA, Sabrina: Amazon in Leipzig: von den Gründen, (nicht) zu streiken. Rosa-Luxemburg-Stiftung. (2016)
- [BfW20] Wirtschaftliche Entwicklung und Konjunktur. In: *Bundesministerium für Wirtschaft und Energie* (2020)
- [Cha18] From Bookstore to Superstore: The Evolution of Amazon. In: *ChannelAdvisor* (2018)
- [Des17] DESJARDINS, Jeff: Breaking Down How Amazon Makes Money. In: *Visual Capitalist* (2017)
- [DS19] DEPILLIS, Lydia ; SHERMAN, Ivory: Amazon's extraordinary 25-year evolution. In: *CNN Business* (2019)
- [Ebe16] EBERT, Kirsten: *Auswirkungen auf den stationären (Bekleidungs-) Einzelhandel und seine Handelsräume durch zunehmenden Onlinehandel*, HafenCity Universität, Diplomarbeit, 2016
- [FQLP18] FÀVERO, Isabela ; QUAGLIERI, Ludovica ; LONE, Sara ; PACKIARAJA, Shaun: The European Ecommerce Report 2018: relevant findings outlined. In: *EuroCommerce* (2018)
- [GS19] GRAF, Alexander ; SCHNEIDER, Holger: *Das E-Commerce-Buch: Marktanalysen - Geschäftsmodelle - Strategien*. 3. Auflage. Deutscher Fachverlag GmbH. Frankfurt am Main, 2019
- [LKP18] LONE, Sara ; KHELLADI, Adlen ; PACKIARAJAH, Shaun: European Ecommerce Report 2018 Edition. In: *Händlerbund* (2018)
- [LO13] LÖBL, Diana ; ONNEKEN, Peter: Ausgeliefert! Leiharbeiter bei Amazon. In: *ARD* (2013)
- [ND13] NITT-DRIESSELMANN, Dörte: *Einzelhandel im Wandel. Hamburg*. 2013
- [Ros16] ROSOFF, Matt: One simple chart that shows Amazon's relentless focus on long-term growth. In: *BusinessInsider* (2016)
- [Sha19] SHANKAR, Venkatesh: Amazon is 25 – here's a look back at how it changed the world. In: *World Economic Forum* (2019)

- [SK03] SCHRAMM-KLEIN, Hanna: *Multi-Channel-Retailing: Verhaltenswissenschaftliche Analyse der Wirkung von Mehrkanalsystemen im Handel*. 1. Auflage. Gabler Edition Wissenschaft. Wiesbaden, 2003

## Abbildungsverzeichnis

## Tabellenverzeichnis