

# Seminarfacharbeit

Toni Hausdörfer, Fabian Beez

27. Mai 2020

# Inhaltsverzeichnis

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

9.3 Kryptowährungen(?) . . . . .	7
----------------------------------	---

# 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 im Rahmen dieser Arbeit ein Konzept entwickeln, um die Nachfrage nach Waren in unserem Landkreis zu erhöhen, indem wir die Betrachtung der Ergebnisse unserer Arbeit mit einbeziehen.

## 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

### 7.1 Entstehung und Entwicklung

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- und Nord/ 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.

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*(Unb18). 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 2002 sowie Musik mit einem Online-Musik-Store und Lebensmittel mit AmazonFresh im Jahr 2007(DS19, Unb18). 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(Unb18), aber auch alleinstehende Projekte, wie Kindles, das Fire Phone oder Smart-Home-Geräte(DS19).

Amazon's Haupteinnahmequelle ist heute immer noch der Onlineversand - und genau dieser hat in der heutigen Zeit einige Probleme hervorgerufen.

7.2 Einfluss auf Konsumverhalten

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

9.3 Kryptowährungen(?)

## Literatur

- [DS19] DEPILLIS, Lydia ; SHERMAN, Ivory: Amazon's extraordinary 25-year evolution. (2019)
- [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)
- [Ros16] ROSOFF, Matt: One simple chart that shows Amazon's relentless focus on long-term growth. (2016)
- [Unb18] UNBEKANNT: From Bookstore to Superstore: The Evolution of Amazon. (2018)