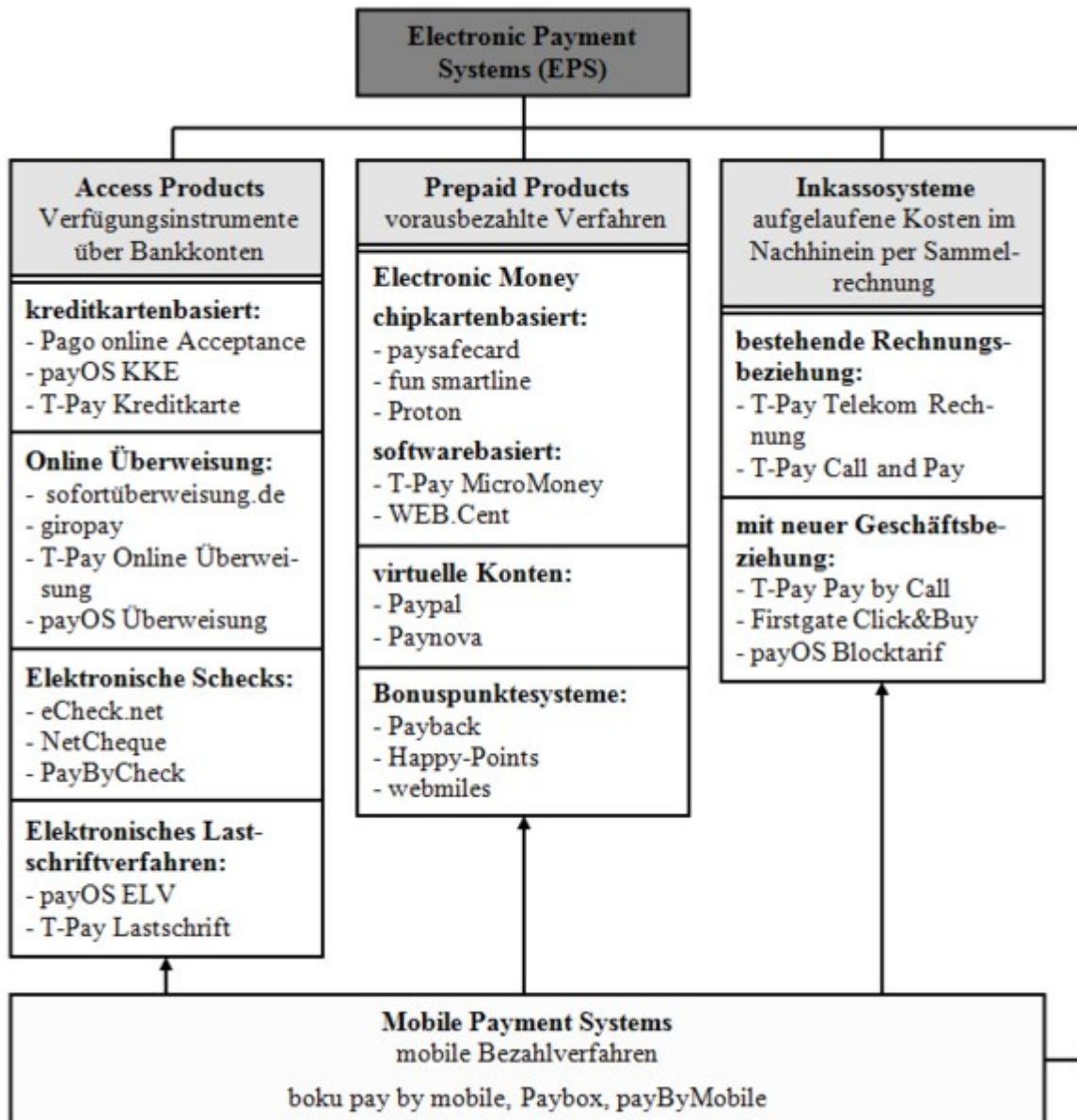


# E-Payment (Electronic Payment)

- Link: <http://de.wikipedia.org/wiki/E-Payment>
- bezeichnet eine neue Erscheinungsform des Geldes.
- Offizielle Definition von E-Geld in Europa: E-Geld-Richtlinie, 2000/46 EG  
"ein monetärer (finanzieller) Wert in Form einer Forderung gegen eine ausgebende Stelle, der
  - auf einem Datenträger gespeichert ist,
  - gegen Entgegennahme eines Geldbetrages ausgegeben wird, dessen Wert nicht geringer ist als der ausgegebene monetäre Wert,
  - von anderen Unternehmen als der ausgebenden Stelle als Zahlungsmittel akzeptiert wird."
- 2 Kategorien von E-Geld:
  - kartengeschütztes E-Geld (Kartengeld), z.B Kontokarten mit Chip oder Magnetstreifen
  - softwarebasiertes E-Geld (Netzgeld), z.B Online-Konten, die E-Geld für den Kunden transferiert.
- Elektronische Zahlungssysteme
  - kategorisiert je nach Betrachtungsweise:
    - Zeitpunkt
      - Pre Paid: Ausführung der Zahlung vor dem Kauf
      - Pay Now: Abbuchung vom Kundenkonto zeichgleich mit dem Kauf
      - Pay Later: Belastung des Kundenkontos erst nach der Transaktion
    - Höhe des Betrags
      - Macropayment (ab ca. 5 €)
      - Micropayment (ab ca. 5 Cent – ca. 5€)
      - Millipayment, Minipayment, Picopayment oder auch Nanopayment ( bis ca. 5 Cent)
    - Nach Art der Basierung
      - Diejenigen Verfahren, die eine gleiche Basis bzw. Grundlage (Technik, Methode, zugrundeliegendes Medium) haben
    - Nach eingesetzter Hard- und Software
      - Kategorisierung anhand der eingesetzten Hard- und Software-Komponenten

- Die Kategorisierung reicht meistens nicht aus um die Anbieter genau zu definieren.  
Es gibt somit eine Mischformkategorisierung:



- Anforderungen an E-Payment
  - Fälschungssicherheit der Beträge und Konten
  - Umlauffähigkeit in "reales" Geld (Scheine, Münzen)
  - Einfache, schnelle, sichere Systeme zur für den Anwender elektronische Bezahlungen
  - Portierbarkeit: Online-Bezahlsysteme auf vielen E-Commerce-Plattformen einsetzbar

## **M-Payment (Mobile Payment)**

- <http://de.wikipedia.org/wiki/Mobile-Payment>
- Bezahlvorgang, bei dem mindestens der Zahlungspflichtige mobile elektronische Techniken zur Initiierung, Autorisierung oder Realisierung der Zahlung einsetzt. Man kann somit E-Geld transferieren.

## **Internet-Bezahl-Dienste/ Online-Bezahl-Systeme/ Internet-/Online-Finanzdienstleister**

- Scheint alles das selbe zu bedeuten
- Für mich sind es Unternehmen, die ihren Kunden E-Payment anbieten und dabei bestimmte Techniken und Bezahlssysteme definieren.

# Wertschöpfungskette "online"

- <http://de.wikipedia.org/wiki/Wertschöpfungskette>
- stellt die Stufen der Produktion als eine geordnete Reihung von Tätigkeiten dar.
- Diese Tätigkeiten schaffen Werte, verbrauchen Ressourcen und sind in Prozessen miteinander verbunden.
- Folgende Fragen kann man mit der Wertkette beantworten:
  - Wie hoch sind die Kosten der einzelnen Aktivitäten?
  - Sind die Aktivitäten branchenüblich? Führen sie zu einem Wettbewerbsvorteil oder zu einem Kostennachteil (weil Kunden diese Aktivität gar nicht wahrnehmen) ?
  - Ist die Wertkette auf die Kaufkriterien der Kunden abgestimmt?
  - Wie sind die Wertaktivitäten innerhalb der eigenen Wertkette miteinander verknüpft?
  - Wer ist Kunde der Aktivität oder des Prozesses?
  - Input/Output der Aktivität/ des Prozesses?
  - Gesamtkosten der Aktivität/ des Prozesses pro Jahr?
  - Primäre Kostentreiber?
  - Finanzielle Leistungsmessgrößen
  - Produktivitätsmessgrößen?
- Wertschöpfungskettendiagramm  
(mehr Info auf <http://de.wikipedia.org/wiki/Wertsch%C3%B6pfungskettendiagramm>):



- **Marge:** der unterschied zwischen dem Ertrag, den dieses Produkt erbringt, und den eingesetzten Ressourcen.
- **Primäraktivitäten:** liefern einen direkten Wert schöpfenden Beitrag zur Erstellung eines Produktes oder einer Dienstleistung.
- **Unterstützungsaktivitäten:** Notwendige Voraussetzung für die Ausübung der primären Aktivitäten.

- Aktivitäten nach Kriterien voneinander abgrenzbar:
  - Aktivitäten aus unterschiedlichen wirtschaftlichen Bereichen
  - Aktivitäten mit einem hohen Differenzierungspotenzial
  - Aktivitäten mit einem erheblichen oder steigenden Kostenanteil
- Jede Kategorie der primären/unterstützenden Aktivitäten lassen sich nach folgende Kriterien unterteilen:
  - direkte Aktivitäten: beteiligt an der Wertbildung für den Kunden (Montage, maschinelle Bearbeitung, Werbung, Forschung)
  - indirekte Aktivitäten: gewährleisten die kontinuierliche Ausführung von direkten Aktivitäten (Instandhaltung, Terminplanung, Betriebe der Anlagen, Verkaufs- und Forschungsverwaltung)
  - Qualitätssicherung: stellt die Qualität der direkten und indirekten Aktivitäten sicher (Überwachung Güterprüfung, Tests)

## Geschäftsmodell

- <http://de.wikipedia.org/wiki/Geschäftsmodell>
- beschreibt die logische Funktionsweise eines Unternehmens und insbesondere die spezifische Art und Weise, mit der es Gewinne erwirtschaftet.
- hilft Schlüsselfaktoren des Unternehmenserfolges oder Misserfolges zu verstehen und zu analysieren.
- Ein Geschäftsmodell besteht aus 3 Hauptkomponenten
  - Nutzenversprechen:
    - welchen Nutzen und Wert stiftet das Unternehmen für Kunden und strategische Partner?
  - Architektur der Wertschöpfung:
    - wie wird die Leistung in welcher Konfiguration erstellt?
    - Welche Leistungen werden auf welchen Märkten angeboten (Produkt/ Markt Strategien)?
  - Ertragsmodell:
    - Wodurch wird das Geld verdient?
- Kernkompetenzen (<http://de.wikipedia.org/wiki/Kernkompetenz>)
  - Eine Kernkompetenz hat folgende Eigenschaften:
    - Differenzierung: bezeichnet eine Tätigkeit/Fähigkeit, die ein Unternehmen im Vergleich zur Konkurrenz besser ausführen kann und dadurch einen Wettbewerbsvorteil erlangt hat.
    - Diversifikation: Haben das Potential, den Zugang zu einer Vielzahl von Märkten zu ermöglichen
    - Kundennutzen: Kann auf Basis dieser Kernkompetenz ein nachhaltiger Mehrwert für den Kunden erbracht werden?
    - Imitationsschutz: sollte für die Konkurrenz schwierig zu kopieren sein.

- Erfolgsfaktoren (CSF)
  - [http://de.wikipedia.org/wiki/Kritischer\\_Erfolgsfaktor](http://de.wikipedia.org/wiki/Kritischer_Erfolgsfaktor)
  - ist eine Eigenschaft einer Organisation, die bei ausreichend guten Werten das Erreichen der Ziele der Organisation ermöglicht, z.B Gewinnmaximierung, Kommunikation, Qualität, Kostenführerschaft, etc.
  - entscheiden über den Erfolg des Unternehmens
  - Vorgehen der CSF-Analyse:
    1. Identifizieren der CSF
    2. Festlegung der Befragungsteilnehmer, die mit dem CSF in Berührung kommen
    3. Formulierung des Fragebogen
    4. Durchführung der Datenerhebung
    5. Auswertung und Darstellung der Erhebungsdaten (nach Priorität und Leistung klassifiziert und nach Dringlichkeit der Leistungsdifferenz sortiert).
    6. Interpretation der Ergebnisse
    7. Präsentation
  - Beispiel der Einführung eines IT-Projekt können kritische Erfolgsfaktoren sein:
    - Professionelles Projektmanagement
    - frühzeitiges Erkennen von Risiken
    - Ausreichende Planung von der Implementierung
- Risikofaktoren (Bezug zu Risikomanagement)
  - [http://de.wikipedia.org/wiki/Value\\_at\\_Risk](http://de.wikipedia.org/wiki/Value_at_Risk)
  - bezeichnet ein Risikomaß, welchen Wert der Verlust einer bestimmten Risikoposition mit einer gegebenen Wahrscheinlichkeit innerhalb eines gegebenen Zeithorizonts nicht überschreitet.
  - BSP: Ein Value at Risk von 10 Mio. EUR bei einer Haltedauer von 1 Tag und einem Konfidenzniveau von 97,5 % bedeutet, dass der potentielle Verlust der betrachteten Risikoposition von einem Tag auf den nächsten mit einer Wahrscheinlichkeit von 97,5 % den Betrag von 10 Mio. EUR nicht überschreiten wird.
- Steuergrößen (KPD)
  - nix dazu gefunden

# Prozesse

- <http://de.wikipedia.org/wiki/SCOR-Modell>
- Managementprozesse (oberste Ebene) definieren den Umfang der Lieferkette (Supply Chain)
  - Planung:
    - Aggregierte Nachfrage und Angebot sollen in Einklang gebracht werden
  - Beschaffung:
    - (Vor-)Produkte und Dienstleistungen zur Verfügung stellen
  - Herstellung:
    - End-/Zwischenprodukte produzieren, die an Kunden geliefert werden können
    - Make-to-stock (Lagerfertigung), Make-to-order (Auftragsfertigung), Engineer-to-order (Projektfertigung)
  - Lieferung:
    - Fertigprodukte oder Dienstleistungen an Kunden liefern inkl. Lager-, Auftrags- und Transportmanagement
  - Rückgabe:
    - Die Rücksendung fehlerhafter Produkte annehmen und die Rücksendung von Rohstoffen (an den Lieferanten) in die Wege leiten
- Konfigurationsebene (zweite Ebene): Prozesstypen werden an die Prozesse zugeteilt:
  - Planungsprozesse:
    - Prozesse, die einer aggregierten Nachfrage innerhalb eines bestimmten Planungszeitraumes nachkommen sollen.
  - Ausführungsprozesse
    - Prozesse, die durch einen Planungsprozess ausgelöst werden und den Status eines Produktes verändern.
  - Unterstützungsprozesse
    - Prozesse, die Informationen oder Beziehungen vorbereiten, aufrechterhalten oder verwalten, auf denen die Planungs- und Ausführungsprozesse basieren

# Strategie

- [http://de.wikipedia.org/wiki/Strategie\\_\(Wirtschaft\)](http://de.wikipedia.org/wiki/Strategie_(Wirtschaft))
- meist langfristig geplante Verhaltensweisen der Unternehmen zur Erreichung ihrer Ziele
- die verschiedenen Strategien:
  - Klassische Strategie:
    - Es existiert ein Plan, der vollständig in die Tat umgesetzt wird.
  - Unternehmerische Strategie:
    - eine Vision (kein detaillierter Plan, sondern eine gute Idee, wo „es“ hingeht) steht im Vordergrund zur Erreichung der Ziele.
    - Das Unternehmen ist auf äußere Einflüsse flexibel und kann bei Gelegenheit auch ihre Vision ändern.
  - Ideologische Strategie:
    - wenn viele Personen innerhalb einer Organisation eine Vision teilen und sich mit dieser identifizieren.
  - Schirm-Strategie:
    - Entscheidungen in der Organisation sind nicht mehr von zentralen Entscheidungsträger unmittelbar erzwingbar, da es viele Richtlinien, Regeln, Maßgaben etc. gibt, in denen sich die Akteure der Organisation bewegen müssen.
    - Entscheidungen "bewegen sich in einem gegebenen Rahmen."
  - Prozess-Strategie
    - zentrale Entscheidungsträger beeinflussen den Prozess der Strategiefindung und überlassen den Inhalt der Strategien anderen.
  - Unverbundene Strategie:
    - viel Entscheidungsspielraum für große Teile einer Organisation, dass dieser Teil eine eigene Strategie verfolgen kann.
  - Konsens-Strategie:
    - Aktivitäten konvergieren von vielen unterschiedlichen Akteuren zu einem Thema oder Muster, sodass sie die ganze Organisation durchdringt und keinen Bedarf an zentraler Richtungsgebung oder Steuerung.
    - Strategie entsteht aus Aktivitäten und nicht aus Absichten.
  - Aufgezwungene Strategie
    - Aufgeben der Kontrolle über die Umwelt. Die Umwelt zwingt die Organisation zu Aktivitäten
- Merkmale der Unternehmensstrategie
  - Strategien legen das/die Aktivitätsfeld/er oder die Domäne der Unternehmung fest.
  - Strategien sind Konkurrenz bezogen, sie bestimmen das Handlungsprogramm in Relation zu Konkurrenten, z.B in Form von Imitation, Kooperation, Dominanz oder Abgrenzung



- Strategien nehmen Bezug auf die Umweltsituationen und -entwicklungen, auf Chancen und Risiken. Sie reagieren auf externe Veränderungen und / oder versuchen diese aktiv im eigenen Sinne zu beeinflussen
  - Strategien spiegeln die zentrale Einstellungen, Wünsche und Wertvorstellungen der bestimmten Entscheidungsträger wider.
  - Richten sich auf das ganze Geschäft, nicht nur auf einzelnen Funktionsbereiche.
  - Strategien haben eine hohe Bedeutung für die Vermögens- und Ertragslage eines Unternehmens und weit reichende Konsequenzen, was die Ressourcenbindung anbelangt; es handelt sich um große Entscheidungen
  - Strategien sind zukunftsorientiert, sie basieren auf Erwartungen über die Entwicklung eigener Kompetenzen und Umweltzustände
  - Strategien können, müssen aber nicht, Ergebnis eines systematischen Planungsprozesses sein.
  - Strategie darf nicht als Ergebnis, sondern als Prozess verstanden werden
- Konkrete Strategien in der Unternehmensstrategien
    - Marketingstrategie: <http://de.wikipedia.org/wiki/Marketingstrategie>
    - Win-Win-Strategie: <http://de.wikipedia.org/wiki/Win-Win>
    - schneller Erfolg: [http://de.wikipedia.org/wiki/Schneller\\_Erfolg](http://de.wikipedia.org/wiki/Schneller_Erfolg)
    - Strategische Management: [http://de.wikipedia.org/wiki/Strategisches\\_Management](http://de.wikipedia.org/wiki/Strategisches_Management)
    - Preisstrategie: <http://de.wikipedia.org/wiki/Preisstrategie#Preisstrategien>
    - Differenzierungsstrategie: <http://de.wikipedia.org/wiki/Differenzierungsstrategie#Differenzierungsstrategie>

# Kennzahlen

- [http://de.wikipedia.org/wiki/Betriebswirtschaftliche\\_Kennzahl](http://de.wikipedia.org/wiki/Betriebswirtschaftliche_Kennzahl)
- Betriebswirtschaftliche Kennzahlen werden innerhalb der Betriebswirtschaft zur Beurteilung von Unternehmen eingesetzt.
- Dient als Basis für
  - Entscheidungen (Problemerkennung, Ermittlung von betrieblichen Stark- und Schwachstellen, Informationsgewinnung)
  - zur Kontrolle (Soll-Ist-Vergleich)
  - zur Dokumentation
  - und Koordination (Verhaltenssteuerung)wichtiger Sachverhältnisse und Zusammenhänge im Unternehmen.
- Arten von Kennzahlen:
  - Absolute Kennzahlen: betriebswirtschaftliche Einzelwerte, Summenwerte, Differenzwerte und Mittelwerte, z.B Cash Flow, Deckungsbeitrag, Gewinn vor Zinsen und Steuern (EBIT)
  - Relative Kennzahlen: Verbindung zweier betriebswirtschaftlicher Werte zu einer Kennzahl mit erhöhter und/oder spezifischer Aussagekraft
- Funktionen von Kennzahlen:
  - Entscheidungsfunktion: als Grundlage für betriebswirtschaftliche Entscheidungen
  - Kontrollfunktion: Kontrolle von geplantem und erreichten Ergebnis
  - Koordinationsfunktion: helfen bei Durchsetzung von Entscheidungen, Koordination verschiedener unternehmerischer Bereiche und bei Verhaltenssteuerung von Mitarbeitern.
- Gliederung von Kennzahlen nach dem zugrunde liegenden Sachverhalt
  - Erfolgskennzahlen:
    - dienen der Ermittlung des Unternehmenserfolgs
    - BSP: Gewinn vor Steuern, Umsatz, Cash-Flow, EBIT, Produktergebnisse, Rohertrag, Gesamtbetriebsertrag, Personalleistung
  - Liquiditätskennzahlen
    - BSP: Cash Ratio, Acid Test Ratio, Current Ratio, Anlagendeckung, Einzugsliquidität
  - Rentabilitätskennzahlen
    - BSP: Gesamtkapitalrentabilität, Eigenkapitalrentabilität, Umsatzrendite, Return of Investment
  - Kennzahlen zur Kapitalstruktur (Bilanzkennzahlen)
    - BSP: Eigenkapitalquote, Fremdkapitalquote, Vermischungsgrad, Berry-Index
  - Kennzahlen zur Umschlaghäufigkeit
    - BSP: Kapitalumschlaghäufigkeit, Lagerumschlaghäufigkeit

# Indikatoren

- [http://de.wikipedia.org/wiki/Indikator\\_\(Wirtschaft\)](http://de.wikipedia.org/wiki/Indikator_(Wirtschaft))
- volkswirtschaftlicher Indikator (Konjunktur oder makroökonomische Kennzahl) ist eine Messgröße, die Aussagen über die konjunkturelle Entwicklung oder die wirtschaftliche Situation im Allgemeinen von Volkswirtschaften erlaubt.
- Betriebswirtschaftliche Indikatoren sind die betriebswirtschaftliche Kennzahlen, die vorhin im Kapitel Kennzahlen erläutert wurden.
- Konjunkturindikatoren werden häufig auch bei der Bewertung von Aktien eingesetzt, da aus der gesamt-volkswirtschaftlichen Entwicklung Rückschlüsse auf die Entwicklung einzelner Industriesektoren gezogen werden können, die wiederum die unternehmerischen Erfolgsaussichten von einzelnen Unternehmen beeinflussen.
- Drei Kategorien der Konjunkturindikatoren:
  - Mengen- und Preis bzw. Kostenindikator: nach Größe eines Wertes
    - Mengenindikatoren: Arbeitslosenzahl, Auftragseingänge, Industrieproduktion
    - Preisindikatoren: Aktienkurse, Anleihenkurse, Immobilienpreise, Inflationsrate, Lebenserhaltungskosten, Lebensmittelpreise, Rohstoffpreise, Währungskurse
  - Früh-, Präsenz und Spätindikatoren: nach zeitlichen Verlauf eines Sachverhaltes
    - Frühindikatoren: Aktienindex, Auftragseingänge, Einzelhandelsumsätze, Geldmengenwachstum, Gewinnerwartungen, Investitionsabsichten, Logistikindex, Rohstoffindex
    - Präsenzindikatoren: aktuelle Konsumzahlen, BIP, Industrieproduktion, Kapazitätsauslastung, Kurzarbeit, Lagerbestände, Zinsen
    - Spätindikatoren: Arbeitslosenquote, BIP, Inflationsrate, Insolvenzen, Lohnentwicklung, Preisniveaumentwicklung, Steuereinnahmen des Staates, Zinsniveaumentwicklung
  - Wachstumsrate (Inflationsrate): nach absoluten Größen, wie der Stand des Aktienindex

# Vision

- <http://www.sunternehmensentwicklung.de/vision-unternehmen/uncategorised/vision-unternehmen.html>
- eine Beschreibung eines zukünftig erstrebenswerten Zustandes bzw. der zukünftigen Entwicklung eines Unternehmens.
- Soll einen positiven Sog auf die Menschen im Unternehmen ausüben.
- Hat keine konkrete Termin oder Zahl wie ein langfristiges Ziel
- bewirkt
  - beim Unternehmen selbst ein Ziel gerichtetes Wirtschaften
  - bei den Mitarbeiter mehr Identifikation und Motivation an der Arbeit
  - bei Kunden Interesse und Vertrauen zum Unternehmen

## BSC (Balanced Scorecard)

- [http://de.wikipedia.org/wiki/Balanced\\_Scorecard](http://de.wikipedia.org/wiki/Balanced_Scorecard)
- Konzept zur Messung, Dokumentation und Steuer der Aktivitäten eines Unternehmens bzw. einer Organisation im Hinblick auf seine Vision und Strategie
- Fuck off ist BSC ein Dreck :D

## ZI/EMI/PSP(T/K)/...

- EMI: <http://de.wikipedia.org/wiki/Einkaufsmanagerindex>
  - Indikator zur Konjunkturentwicklung in Deutschland.
  - wird durch den Bundesverband Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik und NTC Research erstellt
  - orientiert sich am US-amerikanischen Purchasing Managers Index
  - liefert einen Indexwert, welcher die Einschätzung der Geschäftslage darstellt.
  - Basis des EMI ist die Befragung einer relevanten Auswahl von Einkaufsmanagern nach der Entwicklung von Kenngrößen wie
    - Auftragslage, Exportaufträge, Material-/Einsatzstoffmengen, Fertigproduktmengen, Einkaufspreisen, Anzahl der Beschäftigten
  - dieser Indikator beeinflusst erkennbar den Aktienindex
- PSP: [http://en.wikipedia.org/wiki/Payment\\_service\\_provider](http://en.wikipedia.org/wiki/Payment_service_provider)
  - siehe Online-Bezahl-Dienste
- ZI: keine Ahnung

# Markt-/Konkurrenz-Analyse

- <http://de.wikipedia.org/wiki/Marktanalyse>
- Teilgebiet des Marketings; Synonym: Marktforschung, Marktinformationsbeschaffung
- eine zeitlich punktuelle Darstellung der Marktsituation, d.h, dass nur aktuelle Daten für Entscheidungen werden herangezogen
- Marktbeobachtung hingegen der einen Zeitraum betrachtet und aufwändiger ist.
- Aus Marktbeobachtung + Marktanalyse kann eine Marktprognose erstellt werden
- Ist Basis eines Marketingplans/Marketingkonzepts, aus dem strategische und operative Ziele und Maßnahmen abgeleitet werden.
- Man unterscheidet interne (Verkaufszahlen, Produktionskosten) und externe(makroökonomische Trends) Marktdaten.
- Methode zur Marktanalyse: Profolio-Analyse <http://de.wikipedia.org/wiki/Portfoliotheorie>
- Was die Marktanalyse beinhaltet:
  - Marktpotential bei innovativen Produkten/ Dienstleistungen
  - Marktvolumen und Marktentwicklung (Wachsen, Stagnieren, Schrumpfen)
  - Marktstrukturierung nach Teilmärkten (Regionen / Produktgruppen / Kundentypen)
  - Konkurrenzanalyse
  - potenzielle Substitutionsprodukte
  - Produktlebenszyklusanalyse

## Potentiale (Aussichten)

- Markt
- Unternehmen
- ...

## Technologie

## Partnerschaften/Töchter/JV