

Schriftenreihe Band 2

Differenzierung und potenzielle Entwicklungspfade virtueller Marktplätze.

Der Status quo in Rheinland Pfalz (2003)

Rolf Weiber / Jörg Meyer

Zusammenfassung:

Die Verbreitung und Nutzung von Internetangeboten hat ein Ausmaß erreicht, welches als weitgehend flächendeckend bezeichnet werden kann, und selbst kleinste Unternehmen verfügen mittlerweile über einen Shop oder eine Internetpräsenz. Trotz dieser Entwicklung ist festzustellen, dass die oftmals propagierte Verschiebung des Erfolgs von den "Großen" zu den "Schnellen" ausgeblieben ist. Im Gegensatz zu Internetauftritten kleinerer Betriebe verfügen die großen Anbieter in der Regel über Internetauftritte, die sowohl einen deutlich höheren Mehrwert als auch eine größere Benutzerfreundlichkeit aufweisen.

Vor diesem Hintergrund ist das Ziel der vorliegenden Studie am Beispiel ausgewählter Internetauftritte in Rheinland-Pfalz, Ursachen einer flächendeckenden Entwicklungen zu analysieren und grundlegende Optimierungsbedarfe aufzudecken: so fehlt es regionalen Angeboten bspw. häufig an der erforderlichen Bekanntheit, um Nachfrager auf ihre Internetseiten aufmerksam zu machen, respektive an Mitteln, diese Bekanntheit zu erreichen. Darüber hinaus ist bei vielen Angeboten eine suboptimale technische Umsetzung, ein ausbaufähiges Mehrwertangebot sowie eine erweiterbare Produkt- und Anbieterpalette feststellbar. Um erste Implikationen für die effiziente und effektive Unterstützung derartiger Angebote abzuleiten, ist eine detaillierte Klassifikation regionaler Internetangebote zwingend erforderlich. Nur die Berücksichtigung der spezifischen Mittel, Anforderungen und Ziele der jeweiligen Geschäftsmodelle führt zu nachhaltigen Entwicklungsschüben Richtung mehrwertorientierter und tragfähiger regionaler Angebote.