

# E-Commerce

## Wettbewerbsvorteile realisieren

### Mit Beiträgen von

Prof. Dr. Hans-W. Arndt  
Prof. Dr. Hans H. Bauer  
Dr. Peter Bohnenkamp  
Dr. Olaf Göttgens  
Dr. Joachim Henkel  
Rolf Kirchmair  
Dr. Andreas Klein  
Patrick Knust  
Dr. Markus Köhler  
Werner Kunz  
Prof. Dr. Roland Mangold  
Heiko Schäfer  
Frank Schindera  
Gregor Schmeken  
Axel Schmidt  
Michael Schröder  
Frank Sieben  
Michael Weis  
Dr. Peter Westerheide

## Inhalt

	Vorwort .....	5
<b>A.</b>	<b>Einführung</b> .....	11
	E-Commerce - Entwicklungspotenzial, ökonomische Auswirkungen und politische Herausforderung .....	12
	<i>Peter Westerheide</i>	
	E-Strategy: Vom »Internet-Chaos« zur strategischen Orientierung .....	38
	<i>Werner Kunz/Heiko Schäfer/Gregor Schmeken/ Frank G. Sieben</i>	
<b>B.</b>	Umsetzung .....	59
	Markenführung im Internet .....	60
	<i>Hans H. Bauer</i>	
	Kundenbindung im Internet .....	81
	<i>Olaf Göttgens/Axel Schmidt</i>	
	Preissetzung im E-Commerce .....	96
	<i>Joachim Henkel</i>	
	E-Commerce-Auftritte auf dem Prüfstand: Zur Psychologie erfolgreichen Verkaufens im Internet .....	123
	<i>Rolf Kirchmair Michael Weis</i>	
	E-Psychologie: Strategien für einen erfolgreichen Webauftritt .....	147
	<i>Roland Mangold</i>	
	Auswirkungen des E-Business auf die Logistik .....	168
	<i>Michael Schröder</i>	

<b>C. Controlling und Rechtsfragen</b> .....	189
E-Controlling: Profitable Unternehmenssteuerung im E-Business?! .....	190
<i>Patrick Knust/Frank Schindera</i>	
E-Business: Controlling im Firmenkundengeschäft .....	217
<i>Peter Bohnenkamp/Andreas Klein</i>	
Electronic-Commerce von Finanzdienstleistungen .....	235
<i>Markus Köhler</i>	
Die Besteuerung des E-Commerce .....	270
<i>Hans-Wolfgang Arndt</i>	
Glossar .....	289
Stichwortverzeichnis .....	295
Die Autoren .....	299