

Friedhelm Bliemel/Georg Fassott/  
Axel Theobald (Hrsg.)

# Electronic Commerce

Herausforderungen –  
Anwendungen –  
Perspektiven

3., überarbeitete und erweiterte Auflage

# Inhaltsverzeichnis

## **Friedhelm Bliemel, Georg Fassott und Axel Theobald**

Einleitung – Das Phänomen Electronic Commerce 1 \*

## **Teil I: Grundlegende Aspekte des Electronic Commerce**

### **•" Friedhelm Bliemel und Georg Fassott**

Electronic Commerce und Kundenbindung 11 Y

### **Tobias Kollmann**

Akzeptanzprobleme neuer Technologien –  
Die Notwendigkeit eines dynamischen Untersuchungsansatzes 27

### **Rolf Weiber und Tobias Kollmann**

Wertschöpfungsprozesse und Wettbewerbsvorteile im Marketspace 47

### **Dagmar Gesmann-Nuissl**

Rechtliche Aspekte des Electronic Commerce 63

### **Martin Bräuer und Markus Stolpmann**

Schlau und Sicher – Technologische Trends bei E-Commerce-Lösungen 85

## **Teil II: Auf dem Weg zum One to One-Marketing**

### **Jörg Link**

Database Marketing 105

### **Tobias Kollmann**

Elektronische Marktplätze –  
Die Notwendigkeit eines bilateralen One to One-Marketingansatzes 123

**Holger Röder**

Electronic Commerce und One to One-Marketing 145

**Dirk Figge**

Konvergenz als Chance für kreative konsumentenorientierte Services 159 ^

**Claudia Fantapie Altobelli**

Electronic Commerce im interaktiven Fernsehen 171

**Teil III: Marketing-Mix im Electronic Commerce****Friedhelm Bliemel und Georg Fassott**

Produktpolitik mit E-Share 191

**Friedhelm Bliemel, Andreas Eggert und Kai Adolphs**

Preispolitik mit Electronic Commerce 205

**Torsten Tomczak, Marcus Schögel und Ben Birkhofer**

Online-Distribution als innovativer Absatzkanal 219

**Joachim Riedl**

Rahmenbedingungen der Online-Kommunikation 239

**Michael Kleindl und Axel Theobald**

Werbung im Internet 259

**Günter Silberer und Oliver Rengelshausen**Der Internet-Auftritt deutscher Unternehmen –  
Ergebnisse wiederholter Website-Analysen 275 X**Axel Theobald**

f Marktforschung im Internet. 297

**Teil IV: Kundenbindungsmanagement**

**Georg Fassott**

Vertriebsinformationssysteme als Baustein des Electronic Commerce 317

**Arnim Jost**

Kundenmanagementsteuerung –  
Erweiterung der Vertriebssteuerung im Rahmen umfassender CRM-Systeme 331

**Ines Dombrowski, Werner Klar und Marcus Willand**

Customer Relationship Management als wichtiger Baustein einer innovativen  
und integrierten IT-Strategie in einem mittelständischen Fertigungsunternehmen 349

**Reinhard Hünenberg und Andreas Mann**

Online-Service 357 X

**Thomas Roth-Berghofer**

Fallbeispiel zum Customer-Support via WWW 377

**Teil V: Herausforderungen für den Handel**

**Patrick Palombo und Axel Theobald**

Electronic Shopping –  
Das Versandhaus Quelle auf dem Weg in das Zeitalter der elektronischen Medien... 389

**Hans H. Bauer, Mark Grether und Kai Brüsewitz**

Der Einsatz des Internet zur Vertriebsunterstützung  
im vertraglichen Automobilhandel 401

**Bernhard Swoboda**

Multimediale Kiosksysteme –  
Kommunikationsprozeß, Erfolgsbedingungen und Entwicklungsperspektiven 421

**Stefan Klein**

Online-Auktionen 443

Autorenverzeichnis 459