

r* s Ki' 3 g. J

Database Marketing

Konzepte - Erfolgsfaktoren - Umsetzung

Deutscher Sparkassen Veriag Stuttgart

Inhalt

	Vorwort.....	7
1	Database Marketing im Überblick	9
	Database Marketing im Überblick - Begriffe, Konzepte, Erfahrungen.....	10
	<i>Hans-Bernd Kittlaus</i>	
2	Die Geschäftssicht	27
	Positionierung des Database Marketing in der Vertriebsstrategie der Sparkassen-Finanzgruppe.....	28
	<i>Manfred Schaler, Marion Schürg</i>	
£	Einfluss des e-Business auf das Marketing.....	48
11	<i>Manfred Hofacker</i>	
<	Modelle zur Kundenbindung und -bewertung.....	64
I	<i>Vera D. Münster</i>	
l		
j	3 Die IT-Sicht	81
	Database Marketing in der IT-Anwendungslandschaft.....	82
	<i>Manfred Hofacker</i>	
	Ausrichtung der IT-Architektur.....	88
	<i>Ulrich Schmedt, Bruno Schienmann</i>	
f>		
;	Datenmodellierung - der Grundstein für ein funktionierendes Data Warehouse.....	103
"f	<i>Rolf Kemper, Wolfgang Thomas</i>	
)	<i>Make-or-Buy am Beispiel der dvg Hannover</i>	115
\	<i>Anita Borchers, Torsten Kreysel</i>	
j>-		
		0
A	4 Wichtige Erfolgsfaktoren	131
jl	Datensicherheit und Datenschutz - ein Wettbewerbsfaktor des e-Commerce.....	132
•	<i>Andreas Bertsch, Hans-Joachim Bierschenk</i>	
ji		
!		

Datenqualität.....	144
<i>Joachim Minnemann, Ulrich Windheuser</i>	
Data Mining.....	162
<i>Friedrich-Karl Zick</i>	
Erfahrungen aus der Sparkassen- Finanzgruppe.....	175
Die Geschäftsdatenbank der Hamburger Sparkasse.....	176
<i>Ilka Katofsky</i>	
Erfahrungen mit Database Marketing bei der Stadtsparkasse Köln.....	187
<i>Wolfgang Schuster</i>	
Die Autoren.....	200