

Gerrit Heinemann  
Andreas Haug (Hrsg.)

# **Web-Exzellenz im E-Commerce**

Innovation und Transformation  
im Handel





Vorwort.....V

Herausgeberverzeichnis..... XI

## Teil A: Innovation und Transformation im Handel

Gerrit Heinemann  
**Aktuelle Situation und zukünftige Herausforderungen im E-Commerce**  
Was New-Online-Retailer auszeichnet..... 3

Thorsten Boersma  
**Warum Web-Exzellenz Schlüsselthema für erfolgreiche Händler ist**  
Wie das Internet den Handel revolutioniert..... 21

Andreas Haug, Rainer Hillebrand  
**Innovationsmanagement im Digital Business**  
Wie Unternehmen sich neu erfinden können ..... 43

## Teil B: Erschließung neuer Kundenpotenziale im E-Commerce

Christian Heitmeyer, Sanjeevan Naveenthirarajah  
**Online Customer Segmentation in Shopping-Clubs**  
Auf dem Weg zur ultimativen Kundenorientierung bei brands4friends ..... 71

Marcus Krekeler  
**Suchmaschinen als zentrale Traffic-Quelle im digitalen Zeitalter**  
Erfolgreich durch gesucht, gefunden und gekauft im „Google-Age“ ..... 93

Kathrin Haug, Jérémy Küper  
**Das Potenzial von Kundenbeteiligung im Web-2.0-Online-Shop**  
Produktbewertungen als Kernfaktor des „Consumer-Generated-Marketing“ ..... 115

Tim E. Fischer	
<b>Twitter – What’s happening?</b>	
Herausforderungen des Microblogging für das Web-Marketing .....	135

## Teil C: Web-Exzellenz in der Strategie

Jan-Dieter Schaap	
<b>Handel mit Herz und Verstand</b>	
Die Online-Strategie der Parfümerie Douglas GmbH .....	159

Olaf Rotax	
<b>Neue Internet-Service-Geschäftsmodelle revolutionieren den E-Commerce-Markt</b>	
Zappos war nur der Anfang.....	175

Uly J. Wolters	
<b>E-Ventures in Osteuropa</b>	
Neugründung und Transformation von neuen Online-Geschäftskonzepten .....	193

Christian Leybold	
<b>Erfolgreiche Internationalisierung von Online Pure Plays</b>	
Konzeption und Umsetzung am Beispiel der Experteer GmbH.....	215

## Teil D: Web-Exzellenz in der Umsetzung

Torsten Spandl	
<b>Flagshipstore goes online</b>	
Am Beispiel des Küchenhandels der Otto Group .....	231

Matthias Peters	
<b>Umgang mit Kanalkonflikten im Multi-Channel-Handel</b>	
Herausforderungen und Lösungsansätze aus der Praxis des Fashion Retail .....	249

Michael Baumgardt	
<b>Kooperative Online-Kanäle im Großhandel zur Kundenbindung</b>	
Online-Plattform der hagebau-/ZEUS-Verbundgruppe.....	263

Michael Meyer	
<b>Multi-Channel-Fulfilment – Quick-on-click in der Fashionbranche</b>	
Das Geschäftsmodell von tube4fashion am Beispiel von LERROS.....	279

# Teil E: Spezialaspekte zur Web-Exzellenz

Marc Schwieger

## **Vom Einkaufsnetz zur Shopping-Welt im Internet**

Wie Emotionalisierung und Interaktion das Shopping-Erlebnis verändern..... 293

Björn Schäfers

## **Social Shopping für Mode, Wohnen und Lifestyle am Beispiel smatch.com**

Wie nutzergenerierte Produktempfehlungen den Kaufprozess verändern..... 305

Gerrit Heinemann, Ralf Pütmann

## **Online-Marketing als Baustein einer Retail-Brand-Strategie**

Lifestyle mit Stil als Anspruch der neuen Galeria-Kaufhof-Generation im Netz..... 319

Alexander Graf

## **Das Transparenzdilemma im Internet**

Wie internetökonomische Effekte den Wettbewerb in Zukunft verändern ..... 339

**Autorenverzeichnis**..... 349