

Inhaltsübersicht

Vorwort	V
---------------	---

Key Note

<i>Dr. Heinrich von Pierer (Siemens AG)</i> E-Business erfordert Effizienz im Unternehmen	1
--	---

Kapitel 1

Einführung

<i>Prof. Dr. Arnold Hermanns (Universität der Bundeswehr München)/ Michael Sauter (Sapient AG)</i> E-Commerce - der Weg in die Zukunft?	7
--	---

Kapitel 2

Grundlagen und Rahmenbedingungen des Electronic Commerce

<i>Prof. Dr. Arnold Hermanns (Universität der Bundeswehr München)/ Michael Sauter (Sapient AG)</i> E-Commerce - Grundlagen, Einsatzbereiche und aktuelle Tendenzen	15
---	----

<i>Ossi Urchs (F.F.T. Medien Agentur)</i> Universalmedium Internet - Basis der Informationsgesellschaft	33
--	----

<i>Dr. Tobias Kollmann (Köln Messe)</i> Virtuelle Marktplätze im E-Commerce	43
--	----

<i>Eckart Pech/Justin Brodie-Smith/Sung Ha (Diebold Management- und Technologieberatung)</i> Neue Dienste als Chance im Mobile Commerce	55
--	----

<i>Frank Mattes (portum AG)</i> E-Commerce - Herausforderungen aus Sicht der Unternehmen des Business-to-Business-Bereichs	65
---	----

<i>Michael Spohrer/Sandra Blackert (GfK AG)</i> E-Commerce - die Konsumentenperspektive	75
--	----

Kapitel 3

Management des Electronic Commerce

3.1 Management/Konzeption

<i>Oliver Merx/Markus Wierl (PopNet Kommunikation)</i> Qualität und Qualitätskriterien im E-Commerce	87
---	----

<i>Prof. Dr. Arnold Hermanns (Universität der Bundeswehr München)</i> Online-Marketing im E-Commerce - Herausforderung für das Management	101
--	-----

<i>Prof. Dr. Hans H. Bauer/Dr. Olaf Göttgens/Mark Grether (Universität Mannheim)</i> eCRM: Customer Relationship Management im Internet.....	119
<i>Dr. Frank Piller/Ingo Deking/Roland Meier (Think Consult)</i> Mass Customization - Strategien im E-Business	133
<i>Prof. Dr. Ralf Reichwald/Michael Hermann/Barbara Hoppel (TU München)</i> Organisationsstrategien von Start Up-Unternehmen im E-Commerce.....	147
<i>Michael Heine (Pixelpark AG)</i> E-Commerce Konzepte und Web-Controlling - Durch Kunden- orientierung zum erfolgreichen E-Commerce Controlling	159
3.2 Marktforschung/Kommunikation	
<i>Ariane Gampenrieder/Florian Riedmüller (Universität der Bundeswehr München)</i> Marktforschung via Internet.....	175
<i>Prof. Dr. Arnold Hermanns/Stefan Matzdorf/Florian Riedmüller (Universität der Bundeswehr München)</i> Marken im Internet - Die virtuelle Herausforderung	193
<i>Stefan Kastenmüller (argoBrand)</i> Markenbildung im Internet	211
<i>Dr. Christian Bachem (Venturepark Incubator AG)</i> Online-Werbung für E-Commerce.....	227
<i>Christian Griesbach/Dimo Velev (Real Media Deutschland)</i> Vermarktung von Werbung im Internet.....	237
<i>Markus Beier (Metadesign AG)</i> Virtual Communities - eierlegende Wollmilchsäue für das One-to-One Marketing .	245
<i>Hartwin Möhrle (Ahrens & Behrent Agentur für Kommunikation)</i> Online-Relations - Neue Perspektiven für die PR	265
3.3 Logistik	
<i>Christian W. Mahlke (UPS Deutschland)</i> Logistik als Erfolgsfaktor für E-Commerce.....	271
Kapitel 4	
Umsetzung des Electronic Commerce	
4.1 Technologie	
<i>Prof. Dr. Rainer Thome (Universität Würzburg)</i> Technologien für E-Commerce.....	283
<i>Klaus Blaschke (Commerce One Deutschland)</i> Technologien für den Business-to-Business-Bereich - das Beispiel Commerce One	293
<i>Alexander Späth (PopNet Kommunikation)/Mike Storsberg (CMG Finance)</i> Technologien für den Business-to-Consumer-Bereich - das Beispiel Intershop Enfinity.....	305

<i>Dr. Marcus Garbe/Sabine Stössel (argo_mobile)</i>	
Mobile Internet - Schlüsseltechnologien und -anwendungen	317
<i>Hardy Heine (Bertelsmann Broadband Group)</i>	
Interaktives Fernsehen - der Quantensprung für die Zuschauer	327
4.2 Realisierung/Design/Content	
<i>Michael Sauter (Sapient AG)</i>	
Integriertes Projektmanagement im E-Commerce	339
<i>Bogo Vatovec (Icon Medialab AG)</i>	
Design und Benutzerführung im E-Commerce	349
<i>Klaus Täubrich (AOL Deutschland)</i>	
Innovatives Content-Management	363
<i>Prof. Dr. Peter Henning (Fachhochschule Karlsruhe)</i>	
Gestaltung von Internet-Portalen	373
4.3 Bezahlung/Sicherheit	
<i>Dr. Heiko Schinzer (Universität Würzburg)</i>	
Zahlungssysteme im Internet	391
<i>Peter Seipp (paybox.net)/Kirsten Zimmer (Fachhochschule Frankfurt)</i>	
Revolution bei Zahlungssystemen - stellt das Handy eine signifikante Bedrohung für die Kreditkarte dar?	403
<i>Bernhard Esslinger (Deutsche Bank AG)</i>	
Sichere Mechanismen für Geschäftsprozesse im Internet - Firmenübergreifende PKIs wie Identrus und Corporate PKI Initiative	415
4.4 Recht/Besteuerung	
<i>Dr. Ivo Geis (Rechtsanwälte Ortner, Geis, Dobinsky)</i>	
Rechtliche Rahmenbedingungen des E-Commerce	433
<i>Matthias Hartmann (Rechtsanwälte Graefe & Partner)</i>	
Marken- und Urheberrecht im E-Commerce	463
<i>York Zöllkau (Arthur Andersen)</i>	
Besteuerung im Internet	475

Kapitel 5

Branchenkonzepte und Praxisbeispiele des Electronic Commerce

5.1 Business-to-Business

<i>Prof. Dr. Walter Brenner (Universität GH Essen)/Dr. Rüdiger Zarnekow (ITMC)</i>	
E-Procurement - Einsatzfelder und Entwicklungstrends	487
<i>Jürgen Braunstetter/Holger Hasenstab (Diebold Management- und Technologieberatung)</i>	
Anwendungsmöglichkeiten des E-Procurement - Erfahrungen und Beispiele aus der Praxis	503

<i>Michael von der Horst (Cisco Systems Europe)</i> Einsatz von E-Commerce in allen Stufen der Wertschöpfungskette - das Beispiel Cisco Systems.....	515
<i>Wolfgang Rosenberg (Intel Deutschland)</i> Geschäftsprozesse via E-Commerce - das Beispiel Intel.....	531
<i>Dr. Stefan Morscheuser/Tilo Timmermann (Atrada Trading Network AG)</i> Business-to-Business-Marktplätze im Internet - das Beispiel AtradaPro.....	539
<i>Gerald Heydenreich (portum AG)</i> Online Auktionen - Verhandlungen in der Neuen Wirtschaft	549
5.2 Business-to-Consumer	
<i>Dr. Norbert Linn/Steffen Krotsch/Jörg Stein (Accenture)</i> Finanzdienstleistungen und Online-Banking	557
<i>Prof. Dr. Dieter Dahlhoff (Fachhochschule Gelsenkirchen)</i> E-Commerce im Automobilmarketing - Dimensionen, Ansatzpunkte, Entwicklungen	567
<i>Dr. Michael Otto (Otto Versand)</i> Versandhandel im Internet - das Beispiel Otto	589
<i>Dr. Stephan Roppel (amazon.de)</i> Erfolgsmodelle im Internet(buch)handel - das Beispiel Amazon.de	601
<i>Dr. Stefan Glänzer/Björn Schäfers (ricardo.de AG)</i> Dynamic Trading Network und virtuelle Auktionen im Internet - das Beispiel ricardo.de.....	609

Kapitel 6

Trends und Perspektiven

Prof. Dr. Arnold Hermanns (Universität der Bundeswehr München)/

Michael Sauter (Sapient AG)

Die Zukunft des E-Commerce - Trends und Entwicklungsperspektiven

619

Literaturverzeichnis

627

Autorenverzeichnis

647

Multimedia-Verbände.....

663

Stichwortverzeichnis.....

669