

Inhaltsübersicht

Geleitwort	V
Vorwort	VII
Abkürzungsverzeichnis	XIV
1. Einführung: E-Success durch strategisches Management	
Strategisches E-Commerce-Management: Konzeption des Buches und Beiträge im Überblick	3
Bernd Eggers, Universität Hannover Gerrit Hoppen, pelion XII AG	
2. Internet-Ökonomie und E-Commerce-Unternehmen	
Grundsätze und Leitlinien der Internet-Ökonomie	23
Arnold Picot, Ludwig-Maximilians-Universität München Rahild Neuburger, Ludwig-Maximilians-Universität München	
Neuere Entwicklungen auf elektronischen Märkten: Strategische Herausforderungen des E-Commerce	45
Dirk Lammerskötter, McKinsey & Company, Inc. Stefan Klein, Universität Münster	
Branchentransformation durch E-Commerce	73
Holger Wohlenberg, Deutsche Bank AG André Krause, McKinsey & Company, Inc.	
Optimierung der Wertschöpfungskette durch Collaborative Business Scenarios	95
Stefan Hack, SAP AG	

Das E-Commerce-Unternehmen: Möglichkeiten der organisatorischen Umsetzung	125
Christopher Heinemann, Intershop Communications GmbH	
3. Geschäftsmodelle, Anwendungen und Rahmenfaktoren eines zukunftsgerichteten E-Commerce	
E-Commerce: Grundlagen und Einsatzfelder entlang der Value Chain	143
Gerrit Hoppen, pelion XII AG	
Technische Plattformen zur Gestaltung von E-Commerce-Anwendungen	163
Matthias Schumann, Universität Göttingen Wolfgang Greve-Kramer, Universität Göttingen	
E-Procurement als neue Beschaffungsstrategie	187
Jürgen Peukert , KPMG Consulting GmbH Alexander Ghazvinian, KPMG Consulting GmbH	
Business und Consumer Communities	219
Georg Wiedemann, Cassiopeia AG	
Vom Content Management zum intelligenten Unternehmensportal	235
Olaf Siemens, Gauss Interprise AG	
Zahlungsverfahren und Zahlungsmittel der deutschen Finanzindustrie im Marketspace	243
Thorsten Korell, Europay (Switzerland) SA Tobias Kiefer, Commerzbank AG	

Vertragsgestaltung mit Internet-Providern und -Dienstleistern	269
Guido Krüger, Rechtsanwälte Krüger, Putz, von Döllen Titus Jochen Heldt, Rechtsanwälte Krüger, Putz, von Döllen	
Die Invitatio ad offerendum im Internet	289
Markus Rohner, Rechtsanwälte Krüger, Putz, von Döllen Thomas Mertens, Rechtsanwälte Krüger, Putz, von Döllen	
Problemfelder der Besteuerung des E-Commerce	307
Wolfgang Kessler, Universität Freiburg	
4. E-Commerce-Management: Konzepte, Prozesse und Instrumente	
Strategisches Management von E-Commerce-Geschäften	329
Claus Steinle, Universität Hannover	
Ganzheitliches Management und E-Commerce: Perspektiven für Medienunternehmen	361
Frank Habann, Universität St. Gallen Peter Gomez, Universität St. Gallen	
Strategisches E-Commerce-Projektmanagement: E-Commerce Structure follows E-Commerce Strategy	395
Bernd Eggers, Universität Hannover	
Strategisches E-Commerce-Marketing	417
Klaus-Peter Wiedmann, Universität Hannover Tobias Frenzel, Universität Hannover Holger Buxel, Universität Hannover	
Controlling von E-Commerce auf Basis der Balanced Scorecard	445
Jürgen Weber, WHU Koblenz Utz Schäffer, WHU Koblenz Hans Ulrich Freise, Bain & Company	

Inkubatormanagement	465
Helmut Schmid, AdVal Capital Management AG	
Ines Lindner, AdVal Capital Management AG	
Human Resource Management und Unternehmenskultur im E-Commerce	481
Simone Danziger, Intershop Communications GmbH	
5. Das Management von Geschäftsmodellen in der Praxis	
Strategische Dimensionen für den Aufbau und das Management eines globalen E-Commerce-Unternehmens am Beispiel bol.com	499
Alexander Broich, BOL AG	
E-Business in der chemischen Industrie – Ein Fallbeispiel der Pixelpark AG –	517
Jan Kantowsky, Pixelpark AG	
MobShop Europe: Entwicklung und Etablierung einer Standard-Groupbuying-Plattform	539
Ulrich Solder, MobShop	
Thomas Keil, MobShop	
jaxx.de: Vom Start-up zur etablierten Online-Marke	561
Stefan Selchau-Hansen, Fluxx.com	
E-Procurement bei SAP: Effiziente Prozesse und reduzierte Kosten durch strategischen Einkauf	581
Walter Feiler, SAP AG	
Herbert Illgner, SAP AG	
Virtual Community IT-Security-World des WEKA INTEREST Verlages	591
Christof Zapf, WEKA Fachverlag für technische Führungskräfte GmbH	
Harald Schaal, Danet Consult GmbH	

Vermarktung von Industriegütern im Zeitalter elektronischer Medien	609
Sönke Albers, Universität Kiel Olaf Ratschow, bidbizz.com AG	
6. Entwicklungstendenzen des E-Commerce	
E-Commerce quo vadis?	631
Götz Teege, elephant Seven GmbH	
Mobile Commerce in der Medienindustrie – eine erste Bestandsaufnahme	643
Thomas Hess, Universität Göttingen Joachim Rawolle, Universität Göttingen	
Strategisches E-Commerce-Management: Zentrale Aufgaben und Prozesse	671
Bernd Eggers, Universität Hannover Gerrit Hoppen, pelion XII AG	
Stichwortverzeichnis	691
Autorinnen und Autoren	693