

Inhalt

Vorwort 9

Teil I

Alternative Vertriebswege als neue Herausforderung 11

Alternative Vertriebswege – Neue Wege zum Kunden 12
Marcus Schögel und Torsten Tomczak

Neue Vertriebswege aus Sicht des Einzelhandels –
 Erscheinungsformen, Herausforderungen und
 Strategieoptionen des Handels 40
Joachim Zentes und Bernhard Swoboda

Neue Formen des Direktvertriebs und
 ihre Rechtsprobleme 60
Hendrik Schröder

Distributionsmanagement in der Airline-Branche –
 erfolgreicher Aufbau alternativer Vertriebswege 78
Stefan Pichler

Chancen und Risiken bei der
 Ausrichtung der Automobil-Vertriebswege für das
 Informationszeitalter 92
Ferdinand Dudenhöffer

Vertrieb von Financial Services – Gedanken
 zur zukünftigen Gestaltung kundenorientierter
 Geschäftsmodelle 108
Anton Meyer und Kerstin Oppermann

Neue Vertriebswege für Globales Wissen 124
Ralf Brandmeier

Teil II**Alternative stationäre Vertriebswege 135**

«Shop in ...»-Konzepte als Diversifikations-
alternativen im Konsumgüterhandel X 136
Dieter Ahlert, Heiner Schlüter und Stefan Vogel

Der direkte Kontakt zum Konsumenten:
Das Beispiel Coca-Cola 152
Philipp Rienäcker und Nik Kleiner

ψ Kontrovers diskutierte Vertriebsformen:
Off Price Stores, Factory Outlets und
Factory Outlet Center in der Modebranche 164
Oliver Pabst und Gabriele Brambach

Der Convenience-Handel auf dem Weg in das
nächste Jahrtausend X 184
Udo Gyllensvärd

Convenience in Deutschland – Ein Missverständnis? ✓ 194
Roman M. Koidl

Teil III**Direktvertrieb an den Endkunden 203**

Tupperware – Erfolg durch ein authentisches
Vertriebssystem, einzigartige Produkte und
innovative Kommunikation 204
Falk Köhler und Ben Birkhofer

Der Vorwerk-Weg: Mit dem Kunden auf Tuchfühlung 222
Ursula Schomburg und Beate Ridzewski

Strukturvertrieb als neuer Vertriebsweg 236
Richard Kühn und Brigitte Ruetsch Keller

AWD – Der Finanzintermediär als innovativer
Vertriebsweg im Finanzdienstleistungsmarkt 252
Andreas R. Spahni

Strukturvertrieb: Erfahrungen, Herausforderungen und ein Vorgehensmodell <i>Björn Reineke und Kai Howaldt</i>	270
Teil IV	
Home Shopping Vertriebswege	287
Einsatzmöglichkeiten des Electronic Commerce in der Distribution <i>Marcus Schögel, Ben Birkhofer und Torsten Tomczak</i>	288
Einsatz von elektronischen Medien im Verkauf am Beispiel smart <i>Günter Bader</i>	310
Der Einsatz des Electronic Commerce im Versandhandel <i>Friedhelm Bliemel und Axel Theobald</i>	322
Online Retailing: Erfahrungen und Erfolgsfaktoren aus Sicht des E-Commerce-Pioniers Primus-Online <i>Clemens M. Bachmann</i>	340
Consumer Direct: Food-Lieferdienste auf dem Weg zu einem neuen Handelskanal <i>Thomas Szász</i>	360
Herausforderungen des E-Commerce für die Logistik <i>Hans-Dieter Zimmermann und Christoph P. Hoffmann</i>	388