

Inhaltsverzeichnis

Vorwort des Herausgebers.....	V
Zur Verwendung dieses Handbuchs	XI
Autorenverzeichnis	XXII
Herausforderung Electronic Business – Mit dem Informations-Dreisprung zu Wettbewerbsvorteilen auf den Märkten der Zukunft	1
<i>Rolf Weiber</i>	

Teil I

Informationstechnische Grundlagen als Basis des Electronic Business

1.1 Internet – Die Kommunikationsplattform des 21. Jahrhunderts.....	41
<i>Peter Heinzmann</i>	
1.2 Informationsmodelle für das Electronic Business	79
<i>Jörg Becker</i>	
1.3 Die Bedeutung von Peer-to-Peer-Technologien für das Electronic Business	99
<i>Detlef Schoder und Kai Fischbach</i>	
1.4 Eine strategische Roadmap zur Implementierung von E-Business- Lösungen	117
<i>Srinivas Koushik und Detlef Straeten</i>	

Teil II

Wettbewerbsorientiertes Informationsmanagement als Leitidee des Electronic Business

2.1 Markterfolg im Electronic Business durch wettbewerbsorientiertes Informationsmanagement	143
<i>Rolf Weiber</i>	

2.2	Paradoxien des Electronic Business und empirische Befunde	181
	<i>Rolf Weiber und Tanja Krämer</i>	
2.3	Elektronische Märkte	211
	<i>Beat F. Schmid</i>	
2.4	Unternehmerisches Handeln im Innovationswettbewerb am Beispiel der Siemens AG	241
	<i>Bernd Stecher und Oliver Müller</i>	
2.5	Qualifizierungsanforderungen im E-Business – Das Berufsbild des Informationsmanager	261
	<i>Rolf Weiber, Hansjörg Gassler und Jörg Meyer</i>	

Teil III

Der Informations-Dreisprung als Umsetzungskonzept eines wettbewerbsorientierten Informationsmanagement

III.1 Information Screening im Marktprozess

3.1.1	Marktforschung im Internet	283
	<i>Friedhelm Bliemel und Axel Theobald</i>	
3.1.2	Konkurrenzforschung im E-Business.....	305
	<i>Marco Schmäh und Christian Rothe</i>	
3.1.3	Database Marketing.....	327
	<i>Christian Huldi und Holger Kuhfuß</i>	
3.1.4	Virtual Communities	343
	<i>Rolf Weiber und Jörg Meyer</i>	
3.1.5	Communities of Interest	363
	<i>Oliver Biederbeck</i>	
3.1.6	Call Center.....	383
	<i>Robert de Zoeten und Jörg Rohmann</i>	

III.2 Information Processing im Unternehmensprozess

3.2.1 Knowledge Management und Electronic Business	417
<i>Steffen P. Raub und Gilbert J.B. Probst</i>	
3.2.2 Customer Integration im Electronic Business	443
<i>Michael Kleinaltenkamp</i>	
3.2.3 Mass Customization-Konzepte im Electronic Business	469
<i>Ralf Reichwald und Frank T. Piller</i>	
3.2.4 Customer Self Services	495
<i>Roman Englert und Thomas Rosendahl</i>	
3.2.5 Supply Chain Management	509
<i>Carsten Schmidt</i>	
3.2.6 Logistik und Electronic Business	529
<i>Christoph P. Hoffmann und Martina Klose</i>	
3.2.7 Informationsbasierte (Re-)Organisation von Unternehmen	549
<i>Arnold Picot und Rahild Neuburger</i>	
3.2.8 Alternierende Telearbeit – Implementierung, Evaluation und Handlungsempfehlungen.....	569
<i>Michael Jäckel und Christoph Rövekamp</i>	

III.3 Information Signalling im Transaktionsprozess

3.3.1 Customer Relationship Marketing und Customer Lifetime Value im Electronic Business	609
<i>Rolf Weiber und Markus R. Weber</i>	
3.3.2 Marktauftritt Internet – Strategische Herausforderung und Umsetzung im Marketing-Mix	645
<i>Alexander Pohl, Thorsten Litfin und André Weber</i>	
3.3.3 Produktpolitik im Electronic Business	673
<i>Friedhelm Bliemel und Georg Fassott</i>	
3.3.4 Flexible Preisgestaltung im Electronic Business	689
<i>Bernd Skiera und Martin Spann</i>	

3.3.5 Interaktive Kommunikationspolitik im Electronic Business.....	709
<i>Günter Silberer</i>	
3.3.6 Entwicklungsstufen des Interactive Electronic Selling	733
<i>Jörg Link und Norbert Gerth</i>	
3.3.7 Elektronische Marktplätze – Charakteristika, Typisierung und Funktionalitäten.....	749
<i>Ronald Bogaschewsky</i>	
3.3.8 Electronic Business im Handel.....	775
<i>Bernhard Swoboda und Dirk Morschett</i>	

Teil IV

E-Business in der Unternehmenspraxis

IV.1 Ansätze im Marketplace

4.1.1 E-Business als Lösungsansatz zur Business Transformation am Beispiel der IBM	813
<i>Harald Meyer</i>	
4.1.2 E-Business-Transformation des Bankenwesens am Beispiel der Deutschen Bank AG.....	837
<i>Hermann-Josef Lamberti</i>	
4.1.3 Beziehungsmarketing im Zeitalter des Electronic Business am Beispiel der Kaufhof AG.....	859
<i>Georg Thaler</i>	

IV.2 Ansätze im Marketspace

4.2.1 E-Venture – Unternehmensgründung im Electronic Business.....	881
<i>Tobias Kollmann</i>	
4.2.2 Geschäftsmodelle im Electronic Business.....	909
<i>Bernd W. Wirtz und Daniel R. Becker</i>	
4.2.3 Kaufberatung durch Meinungscommunities – Das Beispiel dooyoo.de	937
<i>Boris Wasmuth und Michael Kalkowski</i>	

4.2.4 Handel zu flexiblen Preisen – Das Beispiel ricardo.de	951
<i>Stefan Glänzer und Björn Schäfers</i>	

Teil V

Rechtssicherheit im Electronic Business

5.1 Rechtsverbindliche Standards eines integrativen Informationsmanagement	967
<i>Bernd Holznagel und Matthias Sonntag</i>	
5.2 Elektronische Geschäftsbeziehungen und Zivilrecht	995
<i>Wolfgang Kilian</i>	
5.3 Electronic Contracting in elektronischen Märkten.....	1015
<i>Bernd Schopp und Katarina Stanoevska-Slabeva</i>	
5.4 Verbraucherschutz im Electronic Commerce.....	1033
<i>Dietmar Aigner</i>	
Glossar	1053
Stichwortverzeichnis.....	1085