

Inhalt

| | |
|--|-----|
| Vorwort | 9 |
| I Besonderheiten des Marketing mit Interaktiven Medien <i>Sönke Albers</i> | 11 |
| II Entwicklungen Interaktiver Medien und Dienste | 25 |
| 1 Online-Dienste <i>Kay Peters und Michel Clement</i> | 25 |
| 2 Interaktives Fernsehen <i>Michel Clement und Jan U. Becker</i> | 41 |
| 3 Electronic Commerce <i>Michel Clement, Kay Peters und Friedrich J. Preiß</i> | 56 |
| 4 Mobile Commerce <i>Michel Clement, Jan Geißler und Ingo Schneider</i> | 71 |
| III Durchsetzung Interaktiver Medien | 83 |
| 1 Interaktive Medien als Systemgut <i>Andreas Taschner</i> | 83 |
| 2 Netzeffekte und Kritische Masse <i>Michel Clement, Thorsten Litfin und Kay Peters</i> | 101 |
| 3 Adoption und Diffusion <i>Sönke Albers und Thorsten Litfin</i> | 116 |

| | | |
|-----------|--|-----|
| IV | Marketing-Strategien | 131 |
| 1 | Personalisierung <i>Frank-Michael Welsch-Lehmann</i> | 131 |
| 2 | Virtuelle Communities <i>Gregor Panten, Claudius Paul und Matthias Runte</i> | 145 |
| 3 | Kundenwert und Kundenbindung <i>Manfred Krafft und Jörg Bromberger</i> | 160 |
| 4 | Internet-Agenten <i>Michel Clement und Matthias Runte</i> | 175 |
| V | Marktforschung und Marketing-Planung | 191 |
| 1 | Market Research <i>Deepak Agrawal</i> | 191 |
| 2 | Tarifabhängige Nutzung <i>Bernd Skiera und Sönke Albers</i> | 209 |
| 3 | Messung der Werbewirkung im Internet <i>Bernd Skiera, Martin Spann und Michael Schultheiß</i> | 223 |
| 4 | Business Cases für Online Ventures <i>Kay Peters und Carsten Bona</i> | 237 |
| VI | Marketing-Instrumente | 251 |
| 1 | Produkte und Inhalte <i>Sönke Albers, Michel Clement und Kay Peters</i> | 251 |
| 2 | Preisdifferenzierung <i>Bernd Skiera</i> | 267 |
| 3 | Online-Auktionen <i>Bernd Skiera und Björn Schäfers</i> | 282 |
| 4 | Werbung <i>Ossi Urchs</i> | 298 |

| | | |
|-------------|--|-----|
| 5 | Verkaufsförderung <i>Karen Gedenk</i> | 313 |
| 6 | Distribution <i>Sönke Albers und Kay Peters</i> | 328 |
| VII | Glossar | 343 |
| VIII | Autoren | 349 |
| IX | Index | 359 |