

# **Management-Handbuch Electronic Commerce**

Grundlagen, Strategien, Praxisbeispiele

herausgegeben von

Prof. Dr. Dr. habil. Arnold Hermanns

und

Dipl.-Kfm. Michael Sauter

Verlag Franz Vahlen München

# Inhaltsübersicht

Vorwort .....	V
---------------	---

## **Kapitel 1** **Einführung**

<i>Arnold Hermanns/Michael Sauter (Universität der Bundeswehr München)</i> Electronic Commerce – Die Spielregeln der Neuen Medien.....	3
---	---

## **Kapitel 2** **Grundlagen und Rahmenbedingungen des Electronic Commerce**

<i>Arnold Hermanns/Michael Sauter (Universität der Bundeswehr München)</i> Electronic Commerce – Grundlagen, Potentiale, Marktteilnehmer und Transaktionen .....	13
<i>Beat F. Schmid (Universität St. Gallen)</i> Elektronische Märkte – Merkmale, Organisation und Potentiale.....	31
<i>Hans A. Wüthrich/Andreas F. Philipp (Universität der Bundeswehr München)</i> Virtuelle Unternehmen – Leitbild digitaler Geschäftsabwicklung? .....	49
<i>Ralf E. Strauß (Gemini Consulting)/Detlef Schoder (Universität Freiburg)</i> Electronic Commerce – Herausforderungen aus Sicht der Unternehmen .....	61
<i>Susanne Fittkau/Holger Maaß (Fittkau &amp; Maaß, W3B)</i> Electronic Commerce aus der Konsumentenperspektive – Profile und Bedürfnisse der Internet-Nutzer.....	75

## **Kapitel 3** **Management und strategische Aspekte des Electronic Commerce**

<i>Arnold Hermanns (Universität der Bundeswehr München)</i> Electronic Commerce – Herausforderung für das Marketing-Management .....	87
<i>Michael Sauter (Universität der Bundeswehr München)</i> Chancen, Risiken und strategische Herausforderungen des Electronic Commerce ...	101
<i>Stefan Priess (Deutsche Telekom AG)/Christopher Heinemann (Intershop Communications AG)</i> Erfolgsfaktoren des Electronic Commerce .....	119
<i>Eberhard Kurz/Eckhard Ortwein (Arthur D. Little)</i> Integrierte Unternehmensstrategien für Electronic Commerce im Business-to- Business-Bereich – Bedeutung, Konzeption und Fallbeispiele von Business Networks.....	129

<i>Martina Reißmann/Christoph Loos/Antonella Mei-Pochtler/David Dean</i> <i>(The Boston Consulting Group)</i> Electronic Commerce – Der Kampf um den Konsumenten auf der neuen Agora .....	141
<i>Urban Kilian Wißmeier (Universität der Bundeswehr München)</i> Electronic Commerce und Internationalisierung – Weltweiter Vertrieb über das Internet .....	157

## **Kapitel 4**

### **Umsetzung des Electronic Commerce**

#### **4.1 Technologie**

<i>Rainer Thome (Universität Würzburg)</i> Electronic Commerce-Plattformen – Grundlagen, Anforderungen und Empfehlungen .....	175
<i>Oliver Hess (Heid, Landmann &amp; Partner Informationsmanagement)</i> Internet, Electronic Data Interchange (EDI) und SAP R/3 – Synergien und Abgrenzungen im Rahmen des Electronic Commerce .....	185
<i>David-Michael Lincke/Hans-Dieter Zimmermann (Universität St. Gallen)</i> Integrierte Standardanwendungen für Electronic Commerce – Anforderungen und Evaluationskriterien .....	197

#### **4.2 Bezahlung/Sicherheit**

<i>Peter Seipp (GZS Gesellschaft für Zahlungssysteme)</i> Die Migration existierender Zahlungssysteme in das Internet – Schrittmacher für die erfolgreiche Entwicklung des Electronic Commerce .....	213
<i>Rüdiger Strack (Citibank, Europe Card Acceptance)</i> Sicherer kartenbasierter Zahlungsverkehr im Internet – Erfahrungen und Perspektiven .....	225

#### **4.3 Recht/Besteuerung**

<i>Ivo Geis (Rechtsanwälte Ortner, Geis, Dobinsky)</i> Rechtliche Aspekte des Electronic Commerce .....	243
<i>Jörg Zimmermann/Christian Rech (PricewaterhouseCoopers)</i> Ertragsteuerliche Aspekte des Electronic Commerce .....	253
<i>Georgios Spanakakis (DATEV eG)</i> Indirekte Besteuerung des Electronic Commerce – Quo vadis? .....	261

## **Kapitel 5**

### **Branchenkonzepte und Praxisbeispiele des Electronic Commerce**

#### **5.1 Business-to-Business**

<i>Peter Rohrbach (Siemens AG)</i> Electronic Commerce im Business-to-Business-Bereich – Herausforderungen, Konzeption und Fallbeispiele .....	271
--	-----

*Michael Nenninger/Martina H. Gerst (KPMG Unternehmensberatung)*  
 Wettbewerbsvorteile durch Electronic Procurement – Strategien,  
 Konzeption und Realisierung .....283

*Karl J. Deutsch/Axel Freyberg (A.T. Kearney)*  
 Erschließung neuer Marktsegmente für Telekommunikationsanbieter  
 durch Electronic Commerce – Das Beispiel Telia.....297

*Stephan Salb (Compaq Computer)*  
 Integration der Geschäftsprozesse durch Electronic Commerce –  
 Das Beispiel Compaq Computer .....311

*Carsten Dierks/Harry Völtz (Mindways Multimedia)*  
 Neue Wege in der Hersteller-Handels-Kommunikation – Das Handels-ExtraNet ....325

*Claudia Klose (BBE Handelsberatung)*  
 MODA-Fashion Direct – Informations- und Ordersystem für die  
 Modebranche im Internet.....337

**5.2 Business-to-Consumer**

*Dietmar H. Fink (Arthur D. Little)*  
 Der Handel im Zeitalter des Electronic Commerce – Anforderungen,  
 Entwicklung und Fallbeispiele .....351

*Patrick Palombo (Quelle Schickedanz AG)*  
 Chancen und Risiken des elektronischen Versandhandels – Das Beispiel Quelle.....361

*Ragnar Nilsson (Karstadt AG)*  
 Einsatz und Potential von Internet-Shopping Malls – Das Beispiel my-world .....371

*Thomas A. Lange (Deutsche Bank AG)*  
 Internet Banking als Herausforderung für die Kreditwirtschaft .....387

*Torsten Dörffeldt (Dell Computer)*  
 Erfolgreicher PC-Direktvertrieb im Internet – Das Beispiel Dell Computer .....405

*Rainer Wiedmann/Nikola Bachfischer (die argonauten)*  
 Konzeption und Realisierung des Electronic Commerce im  
 Dienstleistungsbereich – Das Beispiel ADAC .....411

**Kapitel 6**  
**Perspektiven und Trends des Electronic Commerce**

*Arnold Hermanns/Michael Sauter (Universität der Bundeswehr München)*  
 Entwicklungsperspektiven des Electronic Commerce – Eine kritische  
 Reflexion in die Zukunft.....427

*Martin Duchrow (Blaxxon Interactive AG)*  
 Virtuelle Communities – Die Konsumgesellschaften der Zukunft?.....435

Literaturverzeichnis..... 451

Autorenverzeichnis..... 465

Multimedia-Verbände ..... 475

Stichwortverzeichnis ..... 481