Inhaltsverzeichnis

	Seite
1 Einführung in die Themenstellung Prof. Dr. M. Kirchgeorg, HHL-Leipzig Graduate School of Management	1
2 Kundenbedürfnisse auf neuen Wegen erkennen – Herausforderungen für die Marketingforschung Zusammenfassung des Vortrags von H. Scheffler, TNS Infratest Holding GmbH & Co. KG	10
3 Open Innovation – Neue Wege der Kundenbindung durch interaktive Wertschöpfung? Zusammenfassung des Vortrags von Prof. Dr. F. Piller, RWTH Aachen & A. Lang, Webasto AG	18
4 Live & Virtual Communication – Mehrwert für die Markenführung? Zusammenfassung des Vortrags von U. Klein-Bölting, BBDO Consulting	30
5 Vertrieb zwischen den Welten Zusammenfassung des Vortrags von A. Hirsch, Buch.de Internetstores AG	35
6 Second Life – Marketing mit und für Avatare Zusammenfassung des Vortrags von B. Blechschmidt, Marketing Centrum Münster, Westfälische Wilhelms-Universität Münster	38
7 Global E-Business im B-to-B-Bereich am Beispiel Kunststoffe Zusammenfassung des Vortrags von Dr. R. Katz, BASF AG	47
8 Kundenintegration als Erfolgsrezept von eBay Zusammenfassung des Vortrags von C. Holtmann, eBay International AG	54
9 Live Communication vs. Virtual Communication? Zusammenfassung des einleitenden Statements von C. Brühe, UNIPLAN International GmbH & Co. KG	56
10 Zusammenfassung der Podiums- und Plenumsdiskussion	59