

INHALTSVERZEICHNIS

Vorwort	6
Die grössten Regelbrecher.....	8
Frische Impulse für den Online-Handel	10
Fit für die mobile Vielfalt.....	12
Zusatzerlöse für Online-Händler	14
Shoppingsysteme mit Zukunft.....	16
Betriebsblind für neue Geschäftsmodelle.....	18
Die Mauerblümchen des E-Commerce	20
Macht sich eBay selber überflüssig?	22
Reisen als soziale Aktivität	24
Wo bleibt die grosse Social Shopping Revolution?	26
Wenn Tradition nichts mehr zählt	28
Fashion & Friends	30
Open Source in neuem Licht	32
Ebay als offene Plattform.....	34
Was treibt den elektronischen Handel?	36
Der Trend zu Video-Shows	38
Vom Wettbewerb der Geschäftsmodelle.....	40
Komplementäre Geschäftsmodelle.....	42
3:0 für die US Gilt Groupe	44
Die Magento-Zukunft des E-Commerce	46
Kriegt der Otto-Versand die Online-Kurve noch?.....	48
Das nächste grosse Ding	50
Vom Shop zum Shoppingnetzwerk.....	52
Ist Live Shopping tot?	54

E-Commerce für alle Sinne	56
Falsche Bilder für den E-Commerce	58
Die Renaissance des Gruppenkaufs.....	60
Das grosse Einmaleins des E-Commerce	62
Nachfolger gesucht?	64
Erfolgsmodell Diapers.com.....	66
Betriebssysteme für den E-Commerce	68
Transparenz im E-Commerce-Markt.....	70
Die Zeit der grossen Ablenkungen	72
Technologie: Problemlöser oder Innovationstreiber?.....	74
Multi-Shops auf dem Vormarsch	76
Social Commerce 2011-2013	78
Wovon lebt der Kosmetikversand?	80
Die Dynamisierung des E-Commerce	82
Amazon auf Facebook-Kurs.....	84
Mobile doesn't matter	86
Wo sind die E-Commerce-Macher?	88
Wer will schon Lebensmittel online kaufen?	90
Das Buch der Zukunft	92
Jederzeit die richtigen Verkaufsargumente	94
Der soziale Kitt für den E-Commerce	96
Zalando: Markt- oder Marketing-Erfolg?.....	98
Facebook und das soziale Gesicht des Web	100
Dem Kunden zuliebe am Markt vorbei	102
Das Internet als soziale Innovation.....	104
Über den Autor.....	107