

Inhaltsübersicht

| | |
|--|-----|
| Vorwort..... | V |
| Teil A: Grundlagen des Electronic Business | 1 |
| 1 Einführung..... | 3 |
| 2 Electronic Business..... | 17 |
| 3 Social Media Business..... | 44 |
| 4 Mobile Business..... | 66 |
| 5 Internetökonomie..... | 98 |
| 6 Technologische Grundlagen des Electronic Business..... | 136 |
| Teil B: Strategisches Management im Electronic Business | 167 |
| 1 Einführung..... | 169 |
| 2 Strategisches Umfeld | 171 |
| 3 Strategieentwicklung im Electronic Business..... | 214 |
| Teil C: Geschäftsmodelle im Electronic Business..... | 251 |
| 1 Einführung..... | 253 |
| 2 Grundlagen des Leistungssystems im Electronic Business | 255 |
| 3 B2C-Geschäftsmodelle im Electronic Business..... | 275 |
| 4 B2B-Geschäftsmodelle im Electronic Business..... | 392 |
| Teil D: Electronic Marketing | 413 |
| 1 Einführung..... | 415 |
| 2 E-Distribution | 417 |
| 3 E-Pricing | 449 |
| 4 E-Products und E-Services..... | 477 |
| 5 E-Communication | 523 |
| 6 E-Customer Relationship Management | 584 |

| | |
|--|-----|
| Teil E: Electronic Procurement | 603 |
| 1 Einführung | 605 |
| 2 Grundlagen des E-Procurement | 608 |
| 3 Strukturrahmen des E-Procurement | 624 |
| 4 Potenziale des E-Procurement | 655 |
| 5 Implementierung | 662 |
| 6 Fallbeispiel E-Procurement: UBS AG | 669 |
| Literaturverzeichnis | 677 |
| Stichwortverzeichnis | 723 |

Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|----|
| Vorwort..... | V |
| Teil A: Grundlagen des Electronic Business..... | 1 |
| 1 Einführung..... | 3 |
| 1.1 Aufbau des Lehrbuches..... | 4 |
| 1.2 Entwicklung der Informations- und Kommunikationsanwendungen..... | 7 |
| 1.3 Bedeutung der Internetökonomie und des Electronic Business..... | 14 |
| 2 Electronic Business..... | 17 |
| 2.1 Grundlagen des Electronic Business..... | 17 |
| 2.2 Definition und Einordnung des Electronic Business..... | 19 |
| 2.3 Akteure, Interaktionsmuster und Leistungsaustausch | 23 |
| 2.4 Aktivitäten des Electronic Business | 29 |
| 2.5 Entwicklung des Nutzungsverhaltens | 34 |
| 2.6 Erfolgsfaktoren des Electronic Business..... | 41 |
| 3 Social Media Business..... | 44 |
| 3.1 Grundlagen des Social Media Business..... | 44 |
| 3.2 Definition und Einordnung des Social Media Business | 45 |
| 3.3 Anwendungen und Nutzergruppen im Social Media Business | 50 |
| 3.4 Erfolgsfaktoren im Social Media Business | 62 |
| 4 Mobile Business..... | 66 |
| 4.1 Grundlagen des Mobile Business..... | 66 |
| 4.2 Definition und Einordnung des Mobile Business | 76 |
| 4.3 Anwendungen im Mobile Business | 79 |

| | | |
|---|--|-----|
| 4.4 | Erfolgsfaktoren des Mobile Business..... | 93 |
| 5 | Internetökonomie..... | 98 |
| 5.1 | Definition und Einordnung der Internetökonomie..... | 99 |
| 5.2 | Wirtschaftliche Bedeutung der Internetökonomie..... | 107 |
| 5.3 | Perspektiven der Internetökonomie..... | 115 |
| 6 | Technologische Grundlagen des Electronic Business..... | 136 |
| 6.1 | Grundlagen der Internetkommunikation..... | 137 |
| 6.2 | Sicherheit im Electronic Business..... | 157 |
| Teil B: Strategisches Management im Electronic Business.... | | 167 |
| 1 | Einführung..... | 169 |
| 2 | Strategisches Umfeld..... | 171 |
| 2.1 | Konvergenz..... | 172 |
| 2.1.1 | Konvergenz im IuK-Bereich..... | 175 |
| 2.1.2 | Konvergenz im Breitband-Internet..... | 177 |
| 2.2 | Virtualisierung und Innovationsdynamik..... | 180 |
| 2.2.1 | Zunahme der Innovationsgeschwindigkeit..... | 180 |
| 2.2.2 | Zunahme des Virtualisierungsgrades..... | 183 |
| 2.3 | Komplexität von Markt und Wettbewerb..... | 190 |
| 2.3.1 | Zunahme der Markttransparenz..... | 190 |
| 2.3.2 | Fragmentierung der Märkte..... | 193 |
| 2.3.3 | Abbau von Markteintrittsbarrieren..... | 195 |
| 2.3.4 | Disintermediation..... | 199 |
| 2.4 | Customer Empowerment..... | 204 |
| 2.4.1 | Abbau von Wechselbarrieren..... | 205 |
| 2.4.2 | Zunahme der Marktmacht des Nachfragers..... | 208 |
| 3 | Strategieentwicklung im Electronic Business..... | 214 |
| 3.1 | Grundlagen zur Electronic Business-Strategie..... | 215 |
| 3.2 | Systematik der Electronic Business-Strategieentwicklung..... | 220 |
| 3.2.1 | Electronic Business-Zielplanung..... | 221 |

| | | |
|--|--|------------|
| 3.2.2 | Electronic Business-Analyse | 228 |
| 3.2.3 | Electronic Business-Strategieformulierung | 234 |
| 3.2.4 | Electronic Business-Strategieimplementierung | 243 |
| 3.2.5 | Electronic Business-Strategieaudit | 247 |
| Teil C: Geschäftsmodelle im Electronic Business | | 251 |
| 1 | Einführung | 253 |
| 2 | Grundlagen des Leistungssystems im Electronic Business | 255 |
| 2.1 | Core Assets und Kernkompetenzen | 256 |
| 2.2 | Wertschöpfungskette | 265 |
| 2.3 | Geschäftsmodelle | 267 |
| 3 | B2C-Geschäftsmodelle im Electronic Business | 275 |
| 3.1 | Content | 278 |
| 3.1.1 | Wertschöpfungskette | 280 |
| 3.1.2 | Core Assets und Kernkompetenzen | 285 |
| 3.1.3 | Leistungsangebote | 288 |
| 3.1.3.1 | E-Information | 288 |
| 3.1.3.2 | E-Entertainment | 291 |
| 3.1.3.3 | E-Infotainment | 295 |
| 3.1.3.4 | E-Education | 297 |
| 3.1.4 | Fallbeispiel Content: Wikipedia | 299 |
| 3.2 | Commerce | 305 |
| 3.2.1 | Wertschöpfungskette | 307 |
| 3.2.2 | Core Assets und Kernkompetenzen | 313 |
| 3.2.3 | Leistungsangebote | 316 |
| 3.2.3.1 | E-Attraction | 317 |
| 3.2.3.2 | E-Bargaining/E-Negotiation | 319 |
| 3.2.3.3 | E-Transaction | 321 |
| 3.2.3.4 | E-Tailing | 322 |
| 3.2.4 | Fallbeispiel Commerce: eBay | 324 |

| | | |
|-----------------------------------|---|-----|
| 3.3 | Context..... | 331 |
| 3.3.1 | Wertschöpfungskette | 333 |
| 3.3.2 | Core Assets und Kernkompetenzen..... | 339 |
| 3.3.3 | Leistungsangebote..... | 344 |
| 3.3.3.1 | E-Search | 344 |
| 3.3.3.2 | E-Catalogs..... | 347 |
| 3.3.3.3 | E-Bookmarking | 349 |
| 3.3.4 | Fallbeispiel Context: BING..... | 351 |
| 3.4 | Connection | 357 |
| 3.4.1 | Wertschöpfungskette | 359 |
| 3.4.2 | Core Assets und Kernkompetenzen..... | 366 |
| 3.4.3 | Leistungsangebote..... | 369 |
| 3.4.3.1 | Intra Connection | 369 |
| 3.4.3.2 | Inter Connection | 375 |
| 3.4.4 | Fallbeispiel Connection: MySpace | 376 |
| 3.5 | Hybride Geschäftsmodelle..... | 383 |
| 3.5.1 | Entwicklung hybrider Geschäftsmodelle..... | 383 |
| 3.5.2 | Hybridisierung des Google-Geschäftsmodells..... | 386 |
| 4 | B2B-Geschäftsmodelle im Electronic Business | 392 |
| 4.1 | Sourcing..... | 393 |
| 4.2 | Sales..... | 398 |
| 4.3 | Supportive Collaboration..... | 403 |
| 4.4 | Service Broker | 406 |
| Teil D: Electronic Marketing..... | | 413 |
| 1 | Einführung..... | 415 |
| 2 | E-Distribution | 417 |
| 2.1 | Grundlagen der E-Distribution | 418 |
| 2.2 | Strukturrahmen der E-Distribution | 421 |
| 2.2.1 | Absatzwege | 422 |

| | | |
|-------|---|-----|
| 2.2.2 | Intermediation und Disintermediation | 425 |
| 2.2.3 | Substitutionsbeziehungen in der Distribution..... | 427 |
| 2.2.4 | Akteure in der E-Distribution | 430 |
| 2.3 | Aktionsparameter der E-Distribution..... | 433 |
| 2.4 | Potenziale der E-Distribution..... | 434 |
| 2.5 | Implementierung der E-Distribution..... | 439 |
| 2.6 | Fallbeispiel E-Distribution: Otto..... | 441 |
| 3 | E-Pricing | 449 |
| 3.1 | Grundlagen des Preismanagement..... | 449 |
| 3.2 | Strukturrahmen des E-Pricing | 452 |
| 3.3 | Aktionsparameter des E-Pricing | 454 |
| 3.3.1 | Preisdifferenzierung..... | 454 |
| 3.3.2 | Nichtlineare Preisbildung | 459 |
| 3.3.3 | Preisbündelung..... | 461 |
| 3.3.4 | Dynamic Pricing..... | 465 |
| 3.4 | Potenziale des E-Pricing | 470 |
| 3.5 | Implementierung von E-Pricing | 472 |
| 3.6 | Fallbeispiel E-Pricing: eBay..... | 474 |
| 4 | E-Products und E-Services | 477 |
| 4.1 | Grundlagen von E-Products und E-Services | 478 |
| 4.2 | Strukturrahmen von E-Products und E-Services | 479 |
| 4.2.1 | Produkt- und Dienstleistungskategorien | 479 |
| 4.2.2 | Besonderheiten von E-Services..... | 481 |
| 4.2.3 | Positionierung, Produkt- und Programmevaluation | 484 |
| 4.3 | Aktionsparameter..... | 486 |
| 4.3.1 | Produktinnovation | 487 |
| 4.3.2 | Produktvariation und -differenzierung..... | 497 |
| 4.3.3 | Produktelimination | 505 |
| 4.3.4 | Besondere Aktionsparameter von E-Services | 506 |

| | | |
|--------------------------------------|---|-----|
| 4.4 | Potenziale von E-Products und E-Services | 509 |
| 4.5 | Implementierung von E-Products und E-Services..... | 514 |
| 4.6 | Fallbeispiel E-Products und E-Services: Spreadshirt | 516 |
| 5 | E-Communication | 523 |
| 5.1 | Grundlagen von E-Communication | 524 |
| 5.1.1 | Grundlagen der Kommunikation..... | 524 |
| 5.1.2 | Definition der E-Communication..... | 526 |
| 5.1.3 | Ziele von E-Communication | 527 |
| 5.2 | Strukturrahmen von E-Communication | 528 |
| 5.2.1 | Charakteristika von E-Communication..... | 529 |
| 5.2.2 | Kommunikation über elektronische Kanäle | 532 |
| 5.3 | Aktionsparameter der E-Communication..... | 535 |
| 5.3.1 | Kommunikationsinstrumente..... | 536 |
| 5.3.2 | E-Branding | 552 |
| 5.4 | Potenziale der E-Communication | 561 |
| 5.5 | Implementierung von E-Communication | 568 |
| 5.5.1 | Websitegestaltung und Navigation..... | 570 |
| 5.5.2 | Elektronischer Markenaufbau | 574 |
| 5.5.3 | Fallbeispiel E-Communication: Yahoo..... | 576 |
| 6 | E-Customer Relationship Management | 584 |
| 6.1 | Kundenbindungsdimensionen im E-CRM | 587 |
| 6.2 | Kundenbeziehungsprozess im E-CRM | 589 |
| 6.3 | Instrumente des E-CRM | 592 |
| 6.4 | Erfolgs- und Kontrollgrößen des E-CRM..... | 598 |
| 6.5 | Fallbeispiel E-CRM: Amazon..... | 599 |
| Teil E: Electronic Procurement | | 603 |
| 1 | Einführung..... | 605 |
| 2 | Grundlagen des E-Procurement..... | 608 |
| 2.1 | Relevanz des E-Procurement | 608 |

| | | |
|-----|--|-----|
| 2.2 | Einordnung des E-Procurement..... | 613 |
| 2.3 | Definition des E-Procurement | 617 |
| 2.4 | Ziele des E-Procurement | 619 |
| 2.5 | Eignung des E-Procurement | 621 |
| 3 | Strukturrahmen des E-Procurement..... | 624 |
| 3.1 | Beschaffungsgütertypologie | 625 |
| 3.2 | Akteure des E-Procurement..... | 642 |
| 3.3 | Interaktionsformen des E-Procurement | 643 |
| 4 | Potenziale des E-Procurement..... | 655 |
| 5 | Implementierung..... | 662 |
| 5.1 | Analyse | 663 |
| 5.2 | Umsetzung | 666 |
| 6 | Fallbeispiel E-Procurement: UBS AG..... | 669 |
| | Literaturverzeichnis..... | 677 |
| | Stichwortverzeichnis..... | 723 |