

Inhaltsverzeichnis

Teil I Digitalisierung im Handel – Point-of-Sale versus Point-of-Decision

Die Mythologie der Digitalisierung – Plädoyer für eine disruptive Transformation	3
Gerrit Heinemann	
Neuerfindung des Handels durch digitale Disruption	29
Uly J. Wolters	
Digital Adoption Retail – Hat der Offline-Handel eine Vision?	49
Marc André Micha und Sebastian Koppers	
Agilität im Kontext der digitalen Transformation – Kernanforderung an die Organisation von morgen	79
H. Mathias Gehrckens	

Teil II Digitale Disruption

Tierfutter geht disruptiv – Die Erfolgsstory zooplus	111
Andrea Skersies, Kai Hudetz und Judith Hellhake	
Digitales Wachstum in China am Beispiel von Alibaba	127
Patrick Boos und Christina Peters	
So kauft man Brillen heute – Die Erfolgsgeschichte von misterspex.de	153
Mirko Caspar	
Fahrrad einstufig digital und disruptiv? – Erfolgsstory fahrrad.de und internetstores	169
Ralf Kindermann und Patrick Leib	
Le Fashion Disrupteur – Die Erfolgsgeschichte von vente-privee	185
Catherine Spindler und Gerrit Heinemann	

Teil III Digitale Adoption

Mönchengladbach bei eBay – Wie Online-Marktplätze dem Handel helfen, den digitalen Wandel zu meistern	201
Stephan Zoll und Steven Marks	

Manufacturer goes Online – Der Aufbau eines globalen digitalen Ökosystems für NIVEA	223
Martin Wulle	

Location-based Services – Paradebeispiel für digitale Adoption im stationären Einzelhandel	241
Gerrit Heinemann und Christian Gaiser	

Digitales Beteiligungsportfolio einer Familiengesellschaft am Beispiel der TriPos GmbH	259
Niko Pohlmann	

Auch Möbel geht online – Cross-Channel-Vision und digitale Adoption der Pfister AG	279
Carlos Friedrich und Marcus Diekmann	

Teil IV Digitale Transformation

Bücher digital transformiert – Das eReading-Konzept der Thalia-Gruppe	303
Michael Busch und Gerrit Heinemann	

Die digitale Transformation von Axel Springer	323
Robert A. Burgelman und Jens Müffelman	

Electronic goes Multi-Channel – Erfahrungsbericht Conrad	353
Werner Conrad und Stefanie Bräu	

Reinvent or Die – Erfahrungsbericht der erfolgreichen digitalen Transformation von UNITO/Otto Group Österreich	379
Harald Gutschi	

Herausforderungen der digitalen Transformation für die marktorientierte Unternehmensführung	399
Manfred Kirchgeorg und Christina Beyer	

Teil V Spezialaspekte der digitalen Transformation

Disruption im Mehrkanalhandel: Transformation von Multi- über Cross- zu Omni-Channel-Retailing	425
Hanna Schramm-Klein und Gerhard Wagner	

Mobile Disruption – oder warum der richtige Einsatz von Mobile für den Einzelhandel überlebenswichtig ist	449
Martin Wider	
Outsourcing versus Insourcing – welches Betreibermodell im Online-Handel ist angeraten?	469
Marcus Krekeler und Gerrit Heinemann	
Die Komponente Mensch im Kontext der digitalen Transformation	495
Britta Boland und Markus Hoischen	
Erfolgsfaktoren der digitalen Transformation	509
Thorsten Boersma	