

Bernd W. Wirtz (Hrsg.)

# **Handbuch Multi-Channel Marketing**



# Inhaltsverzeichnis

## Teil A: Grundlagen des Multi-Channel-Marketings

<i>Bernd W. Wirtz</i> Einführung zum Multi-Channel-Marketing.....	3
<i>Bernd W. Wirtz, Timo Defren</i> Akteursbeziehungen, Konflikte und Lösungsansätze im Multi-Channel-Marketing.....	9
<i>Peter Bitten, Rolf Weiber</i> Multi-Channel-Marketing - Die informationsökonomische Perspektive.....	33
<i>Hendrik Schröder, Silvia Zaharia</i> Informations- und Entscheidungsverhalten der Kunden von Multi-Channel-Retailern.....	81
<i>Hendrik Schröder, Annette Bohlmann</i> Kauf risiken und Risikoreduktionsmaßnahmen der Kunden von Multi-Channel-Retailern.....	103
<i>Inga Schmidt, Marcus Schögel, Matthias Schulten</i> Nutzenbasierte Kundensegmentierung in Mehrkanalsystemen der Reisebranche.....	125
<i>Hans H. Bauer, Tomas Falk, Björn Reder</i> Extrinsische und intrinsische Motive der Nutzung von Online-Shopping.....	149

## Teil B: Strategisches Multi-Channel-Marketing

<i>Bernd W. Wirtz, Sebastian Liitje</i> Design des Multi-Channel-Systems.....	173
<i>Christoph Burmann, Verena Wenske</i> Multi-Channel-Marketing und Markenmanagement.....	195

## *Inhaltsverzeichnis*

<i>Achim Sauer, Adel I. El-Ansary, Torsten Tomczak, Björn Reineke</i> Managing change in distribution.....	221
<i>Manfred Schwaiger, Siegfried Nürnberger</i> Die zukünftige Bedeutung des Multi-Channel-Retailings und seine Ursachen .....	235
<i>Dieter Ahlert, Markus Blut, Manuel Michaelis</i> Erfolgsfaktorendes Multi-Channel-Marketings.....	273
<i>Lars-Erik Gadde, Kajsa Hulthen</i> From Channel Management to Managing in Distribution Network Relationships.....	297
<i>Dietrich von der Oelsnitz</i> Kooperation und Koordination im Multi-Channel-Marketing.....	323
<i>Ursula Weisenfeld</i> Chancen und Risiken des Multi-Channel-Marketings in innovativen Märkten.....	353
<i>Meike Lemke, Matthias Sander</i> Multi-Channel-Marketing zur Erschließung internationaler Märkte.....	369

## **Teil C: Operatives Multi-Channel-Marketing**

<i>Manfred Bruhn, Grit Mareike Ahlers</i> Customer Touch Points - Aufgaben und Vorgehensweise einer Multi-Channel Communication.....	393
<i>Franz-Rudolf Esch, Kristina Strödter</i> Integrierte Markenkommunikation im Multi-Channel-Marketing.....	427
<i>Joachim Zentes, Hanna Schramm-Klein</i> Logistische Distributionspolitik in Multi-Channel-Systemen.....	451
<i>Martin Fassnacht, Christian Stallkamp, Rebecca Winkelmann</i> Preismanagement im Rahmen des Multi-Channel-Marketings.....	473
<i>Markus Voeth, Stefan Sandulescu</i> Preiskoordination im internationalen Multi-Channel-Marketing.....	493

*Nils Maschke, Christian Pfeil, Thorsten Posselt*  
 Entlohnung von Vertriebsagenten bei Einführung des Internets als  
 Vertriebsweg.....515

*Michael Eßig*  
 Multi-Channel Supply Chain Management.....533

*Jörg Link, Florian Kramm*  
 Anforderungen an Informations- und Kommunikationssysteme im Multi-  
 Channel-Marketing.....555

*Hajo Hippner, Onno Hoffmann, Klaus D. Wilde*  
 Die Bedeutung von Data-Mining im Multi-Channel-Marketing.....579

*Friederike Wall*  
 Konzeptionelle Grundlagen des Controllings im Multi-Channel-Marketing.....601

**Teil D: Branchenspezifisches Multi-Channel-Marketing**

*Wolfgang Fritz, Alexander Graf*  
 Der Multikanalvertrieb in der Automobilwirtschaft.....625

*Olaf Göttgens, Percy Smend*  
 Konfliktmanagement in MultikanalSystemen am Beispiel Automobilvertrieb...653

*Heinz-Jürgen Schmidt*  
 Sieben Vertriebskanäle - eine Strategie: Einzellösungen.....669

*Achim Berg*  
 Multi-Channel-Management bei T-Com.....691

*Christa Wilhelm, Christian Zieh*  
 Erfolgreiches Multi-Channel-Marketing in der IT-Branche.....717

*Michael Lingenfelder, Martin Schulze*  
 Die Relevanz von Einkaufsmotiven für die Gestaltung des Mehrkanal-  
 vertriebs im Dienstleistungsmarketing.....735

*Hans Robert Hansen, Maria Madlberger*  
 Beziehungen zwischen dem Internet-Vertrieb und anderen Absatzwegen  
 im Einzelhandel.....763

p. s