

# Inhalt

## I. Konsumentenverhalten als Ausgangspunkt des Multichannel-Managements

<i>Rudolf Ergenzinger und Thomas Bamert</i> Multichannel-Management als Antwort auf die Entwicklung des Kaufverhaltens – Mit Beispielen aus der Finanzdienstleistungs- und Handelsbranche . . . . .	13
<i>Marcus Schögel, Dennis Herhausen und Melanie Aregger</i> Konsumentenverwirrtheit in Mehrkanalsystemen – Identifikation der Ursachen, Konsequenzen und Reduktionsstrategien für Handelsunternehmen . . . . .	39
<i>Oliver Ehrlich, Christoph Erbenich und Manfred Kirchgeorg</i> Konsumentenverhalten in Mehrkanalsystemen – Empirische Erkenntnisse aus dem Bereich der Unterhaltungselektronik . . . . .	55
<i>Hendrik Schröder und Matthias Witek</i> Zur Bedeutung des Katalogkanals (Mailorder-Channel) für einen Multichannel-Retailer – Antworten geben die Kaufmotive . . . . .	73

## II. Anforderungen an das Management in Multichannel-Systemen

<i>Hans H. Bauer und Sabine Eckardt</i> Integration als Erfolgsfaktor im Multichannel-Retailing . . . . .	105
<i>Shyda Valizade-Funder und Oliver P. Heil</i> Analysis of Purchase Termination as a Source of Competitive Advantage: Applying Learnings from Online to Offline . . . . .	123
<i>Marcus Schögel und Nicolas Pernet</i> Konfliktmanagement in der Distribution – Konfliktarten, Konfliktursachen und Konsequenzen für das Konfliktmanagement in Mehrkanalsystemen . . .	149

### III. Maßnahmen zur Kundengewinnung in Multichannel-Systemen

*Jörn Redler und Franz-Rudolf Esch*

Cross-Channel-Advertising (CCA) – Ansatzpunkte und Instrumente für die werbliche Kanalnutzungsbeeinflussung im Rahmen des Multichannel-Managements im Handel ..... 175

*Rainer Olbrich und Carsten D. Schultz*

Mehrkanalstrategien zur Gewinnung von Neukunden – Zur Wirkung eines parallelen Einsatzes von Printmedien und Suchmaschinenwerbung ... 203

*Axel Winkelmann und Matthias Boehm*

Usability im E-Commerce – Eine Analyse von mittelständisch geprägten Online-Shops ..... 227

### IV. Eingeladene Gastbeiträge

*Christian Holsing und Björn Schäfers*

Social Commerce vor dem Hintergrund des Multichannel-Retailings – Entwicklung, Potenziale und Problembereiche ..... 251

*Christoph Windheuser und Karin Huber*

Leistungsstarke IT-Systeme für Multichannel-Prozesse – Das Kundenverhalten bestimmt die IT-Prozesse ..... 275

**Autorenverzeichnis** ..... 291