

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