

Electronic Commerce - Alternative oder Ergänzung zu bestehenden Distributionssystemen von Konsumgüterherstellern?

Inhaltsverzeichnis

Verzeichnis der Abkürzungen	IV
1. Problemstellung	
1.1. Hinführung zum Thema	1
1.2. Aufbau der Arbeit	2
2. Grundlagen zur Distribution	
2.1 Beschreibung der bestehenden Distributionssysteme	
2.1.1 Begriffliche Grundlagen	2
2.1.2 Distributionssysteme der Konsumgüterhersteller	4
2.2 Electronic Commerce	5
2.2.1 Begriffliche Grundlagen	5
2.2.2 Instrumente des Electronic Commerce	6
2.2.2.1 Offline-Systeme	
2.2.2.1.1 Kiosksysteme	7
2.2.2.1.2 Datenträger	9
2.2.2.2 Online-Systeme	
2.2.2.2.1 Tele-Shops	10
2.2.2.2.2 Online-Kiosksysteme	11
2.2.2.2.3 Online-Shops	12
2.2.2.2.4 Interaktive elektronische Telefonverkaufssysteme	14
2.2.2.3 Neue Angebotskonzepte durch Electronic Commerce	14
2.2.2.3.1 Rund-um-die-Uhr-Verkauf	14
2.2.2.3.2 Selbstkonfiguration	15
2.2.2.3.3 Trial and Purchase	16
2.2.2.3.4 Online-Auktionen	17
2.2.2.3.5 Virtuelle Unternehmen	17
2.2.2.3.6 Event Shops	18
2.2.2.3.7 Pay-by-Use	18
2.2.3 Charakterisierung der Electronic Commerce-Instrumente	19
2.2.3.1 Electronic Commerce aus Sicht der Anbieter	19
2.2.3.2 Electronic Commerce aus Sicht der Nachfrager	20
2.2.4 Realisierungsmöglichkeiten für Electronic Commerce	21

3.	Electronic Commerce im Vergleich zu bestehenden Absatzwegen der Konsumgüterhersteller	23
3.1	Diskussion von Handelsfunktionen im Rahmen von Electronic Commerce	
3.1.1	Vorbemerkungen	23
3.1.2	Räumliche Funktion	24
3.1.3	Zeitliche Funktion	26
3.1.4	Quantitätsfunktion	28
3.1.5	Qualitätsfunktion	28
3.1.6	Kreditfunktion	30
3.1.7	Werbefunktion	31
3.1.8	Markterschließungsfunktion	33
3.1.9	Sozialfunktion	34
3.1.10	Redistributionsfunktion	34
3.2	Besonderheiten und Probleme im Zusammenhang mit Electronic Commerce	35
3.2.1	Erfolgspotentiale der Electronic Commerce -Instrumente	35
3.2.1.1	Zielgruppe von Electronic Commerce	36
3.2.1.2	Marktvolumen	38
3.2.1.3	Erfolgspotentiale aus Electronic Commerce - Vertriebsstrukturen	39
3.2.1.4	Medienspezifische Besonderheiten	40
3.2.1.5	Angebotsspezifische Besonderheiten	41
3.2.2	Rechtliche Rahmenbedingungen	44
3.2.2.1	Zustandekommen von Verträgen	44
3.2.2.2	Regeln zum Verbraucherschutz bei Electronic Commerce - Transaktionen	47
3.2.2.3	Werberechtliche Regelungen in elektronischen Medien	50
3.2.3	Problemfelder bei der Umsetzung von Electronic Commerce	53
3.3	Kostenvergleich	56
3.3.1	Kosten aus Anbietersicht	56
3.3.2	Kosten aus Nachfragersicht	59
3.4	Zusammenfassende Betrachtung des Electronic Commerce - Alternative oder Ergänzung?	60
3.4.1	Handelsfunktionserfüllung durch Electronic Commerce - Gesamteinschätzung	60
3.4.2	Electronic Commerce - die wesentlichen Vorteile gegenüber bestehenden Distributionssystemen	61
3.4.3	Beurteilung des Electronic Commerce als Distributionsweg	62

3.4.4	Electronic Commerce als alternativer Distributionsweg für Konsumgüterhersteller	63
4.	Wahl der optimalen Absatzmethoden vor dem Hintergrund der aktuellen Probleme zwischen Industrie und Handel	
4.1	Problem der optimalen Distributionssystemgestaltung	64
4.2	Electronic Commerce als Antwort auf den Konflikt zwischen Industrie und Handel?	68
5.	Schlußbetrachtung	69
	Literaturverzeichnis	71

Abkürzungsverzeichnis

AGB	Allgemeine Geschäftsbedingungen
BDSG	Bundesdatenschutzgesetz
BGH	Bundesgerichtshof
BMWI	Bundesministerium für Wirtschaft
BTO	Build-to-Order
CAS	Computer Aided Selling
CD-I	Compact Disk Interactive
CD-ROM	Compact Disk Read-only Memory
DVD	Digital Versatile Disk
EC	Electronic Commerce
ECR	Efficient Customer Response
EGBGB	Einführungsgesetz zum Bürgerlichen Gesetzbuch
E-Mail	Electronic Mail
EU	Europäische Union
GfK	Gesellschaft für Konsumforschung
GVU	Tech's Graphics, Visulization and Usability Center
HaustürWG	Gesetz über den Widerruf von Haustürgeschäften und ähnlichen Geschäften
IDC	International Data Corporation
ICC	International Chamber of Commerce
IPR	Internationales Privatrecht
luKDG	Informations- und Kommunikationsdienste-Gesetz
Krw-/AbfG	Kreislaufwirtschafts- und Abfallgesetz
o.V.	ohne Verfasser
o.Jg.	ohne Jahrgang
o.Nr.	ohne Nummer
POS	Point of Sale
RL	Richtlinie
SET	Secure Electronic Transaction
SigG	Gesetz zur digitalen Signatur
UWG	Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb
WWW	World Wide Web
ZFP	Zeitschrift für Forschung und Praxis