

Literaturverzeichnis

- Adam, Nabil. R.; Yesha, Yelena (1997): Electronic Commerce: current research issues and applications, Berlin u.a. 1997.
- Aerome (1998): Dufte Technik, <http://www.aerome.com/de/produkt.htm> vom 03.05.1998.
- Ahlert, Dieter; Schröder, Hendrik (1990): "Erlebnisorientierung" im stationären Einzelhandel, in: Marketing ZFP, 12. Jg. 1990, Nr. 4, S.221-229.
- Alexander, Sascha (1998): Kauflust und Kauffrust liegen im Internet dicht beieinander, in: Computerwoche, 25. Jg. 1998, Nr. 14, S. 9-10.
- Alpmann, Peter (1998): Mit dem Chip in die Zukunft, in: Dynamik im Handel, o.Jg. 1998, Nr. 4, S. 35-36.
- Anderson, Erin; Day, George S.; Rangan, Kasturi (1997): Strategic Channel Design, in: Sloan Marketing Review, 38. Jg. 1997, Nr. 2, S. 59-69.
- AOL Deutschland (Hrsg.) (1998): AOL überschreitet 12-Millionen-Mitgliedermarke, Pressemeldung vom 21.04.1998, <http://www.aol.de/intro/p980421.htm> vom 05.05.1998.
- Apel, Peter (1995): Die Mär vom Turnschuh-Onliner, in: Absatzwirtschaft, 38. Jg. 1995, Nr. 11, S. 137-141.
- Atzwanger, Christoph (1997): Virtuelle Testmärkte - alle Daten im Griff, in: Marketing-Management mit Multimedia: neue Medien, neue Märkte, neue Chancen, hrsg. von Christoph Wamser und Dietmar H. Fink, Wiesbaden 1997, S. 203-210.
- Bachem, Christian; Stein, Ingo (1998): Gestaltung, Kosten und Controlling digitaler Markenführung in Online-Netzen, in: Planung & Analyse, o. Jg. 1998, Nr. 1, S. 31-39.
- Bachmann, Birgit (1997): Internet und IPR, in: Internet- und Multimedia-recht (Cyberlaw), hrsg. von Michael Lehmann, Stuttgart 1997, S. 170-184.
- Backhaus, Hagen; Glomb, Herbert J. (1994): Interaktive Absatzsysteme - Multi-Media im Marketing, in: Arbeitspapiere des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaft, hrsg. von Bergische Universität Gesamthochschule Wuppertal, Wuppertal 1994, Nr. 166.
- Bearchell, Charles A. (1997): Delivering the Goods - Logistics Specialization, in: Marketing Journal, 30. Jg. 1997, Nr. 3, S.147.
- Bearchell, Charles A. (1998): Networking - Electronic and Otherwise, in: Marketing Journal, 31. Jg. 1998, Nr. 2, S. 83.

- Bellino, Holger (1990): Einflüsse des Verbraucherverhaltens auf die Betriebstypenpolitik, in: Der Handel für die Märkte von morgen, hrsg. von Hansjörg Gruber und Wolfgang A. Titze, Frankfurt/Main 1990, S. 217 - 231.
- Berdi, Christoph (1998): Input für den POS, in: Handelsjournal, o. Jg. 1998, Nr. 2, S. 36-38.
- Berres, Anita (1997): Marketing und Vertrieb mit dem Internet: ein Leitfa- den für mittelständische Unternehmen, Berlin u.a. 1997.
- BGH (1986): Entscheidung II ZR 201/85 vom 03.02.1986, in: Neue Juristi- sche Wochenschrift - Rundschau, o. Jg. 1986, S. 1311.
- BGH (1996): Entscheidung X ZR 116/95 vom 16.01.1996, in: Neue Juristi- sche Wochenschrift, o. Jg. 96, S. 926.
- Binary Compass Enterprises (1997): The On-Line Retail Commerce Report - Executive Summary, [http://www.binarycompass.com/samples/ orc_exec.pdf](http://www.binarycompass.com/samples/orc_exec.pdf) vom 27.02.1998.
- Blickhäuser, Joachim; Gries, Thomas (1989): Individualisierung des Kon- sums und Polarisierung von Märkten als Herausforderung für das Konsumgüter-Marketing, in: Marketing ZFP, 11. Jg. 1989, Nr. 1, S. 5- 10.
- BMWi - Bundesministerium für Wirtschaft (Hrsg.) (1997a): Die Informati- onsgesellschaft, 2. aktualisierte Auflage 1997, Bonn 1997.
- BMWi - Bundesministerium für Wirtschaft (Hrsg.) (1997b): Elektronischer Geschäftsverkehr, Bonn 1997.
- Booz-Allen; Hamilton (Hrsg.) (1995): Multimedia - Grundlagen, Märkte und Perspektiven in Deutschland. Frankfurt/M. 1995.
- Bronold, Roland (1998): Mediengerechte Online-Forschung, in: Planung & Analyse, o. Jg. 1998, Nr. 1, S. 40-41.
- Brox, Hans (1991): Allgemeiner Teil des Bürgerlichen Gesetzbuches, 15. Aufl., Köln u.a. 1991.
- Bruhn, Manfred (1997): Kommunikationspolitik: Grundlagen der Unter- nehmenskommunikation, München 1997.
- Clark, Tim (1998): Get hip to chip cards, [http://www.news.com/ Perspectives/Column/0,176,119,00.html](http://www.news.com/Perspectives/Column/0,176,119,00.html) vom 04.02.1998.
- CompuServe Interactive Services (1998): CompuServe Interactive Services - Zum Unternehmen, <http://www.compuserve.de/homepage/pro/csi/ inhalt.html> vom 06.05.1998.

- Damaschke, Giesbert (1998): Vertrauen ist alles, in: Internet Professionell, o.Jg. 1998, S. 56-58.
- Dittes, Axel (1998): Geldkarten übers Internet laden, in: c't, 16. Jg. 1998, Nr. 6, S. 30.
- Doepner, Frank (1997): Die Zeit ist reif, in: Der Handel, o. Jg. 1997, Nr. 4, S. 16-17.
- Eckert, Angelika (1997): Richtig getickt, in: Screen Multimedia, o. Jg. 1997, Nr. 1, S. 32.
- Eckert, Angelika; Röscheisen, Eckehart H. (1998): Der Mix macht's, in: Screen Multimedia, o. Jg. 1998, Nr. 1, S. 16-23.
- Eder, Andreas (1998): Internet-Handel: Erfolg nach Maß, in: Computerwoche, 25. Jg. 1998, Nr. 17, S. 8.
- Engelhardt, Werner H. (1990): Direktvertrieb im Konsumgüter- und Dienstleistungsbereich: Abgrenzung und Umfang, Stuttgart 1990.
- Ensinger, Raphael (1998): Somerfield - Office-Shopping bei IBM, in: Enzyklopädie des Handels, hrsg. vom Deutschen Handelsinstitut GmbH, Köln 1998, S. 40-41.
- Fittkau, Susanne; Maaß, Holger (1997a): Deutschsprachige WWW-Benutzer - Demographie und Trends, in: Marketing Journal, 30. Jg. 1997, Nr. 1, S. 60-62.
- Fittkau, Susanne; Maaß, Holger (1997b): W3B-Umfrage Oktober/November 1997 - Wichtige Trends im deutschsprachigen WWW setzen sich fort, <http://www.w3b.de/W3B-1997/Okt-Nov/Zusammenfassung.html> vom 05.05.1998.
- Flegel, Volker (1992): Technologische Grundlagen für das Electronic Marketing, in: Handbuch des Electronic Marketing, hrsg. von Arnold Hermanns und Volker Flegel, München 1992, S. 25-52.
- Flegel, Volker (1995): Electronic Shopping, in: Enzyklopädie der Betriebswirtschaftslehre, Band 4 - Handwörterbuch d. Marketing, hrsg. von Bruno Tietz, 2. vollst. überarb. Aufl., Stuttgart 1995, Sp. 555-568.
- Freese, Karin (1997): Umsätze sollen gesteigert werden, in: Horizont, o. Jg. 1997, Nr. 45, S. 85.
- Gabler (Hrsg.) (1992): Gabler-Wirtschafts-Lexikon, 13. Vollst. überarb. Aufl., Wiesbaden 1992.
- Gabler (Hrsg.) (1994): Gabler-Wirtschafts-Lexikon, 12. vollst. überarb. Aufl., Nachdr. 1994, Wiesbaden 1994.
- Gauch, P.; Schluep, W. (1995): Schweizerisches Obligationsrecht, Allgemeiner Teil I, Zürich 1995.

- Gaul, Wolfgang; Klein, Timo (1998): Elektronische Marktplätze und Entscheidungsunterstützung, in: Computer Based Marketing, hrsg. von Klaus D. Wilde, Braunschweig/Wiesbaden 1998, S. 35-41.
- Geisel, Jens (1995): Zwischen Traum und Wirklichkeit, in: PC Online, o. Jg. 1995, Nr. 3, S. 30-32.
- Gesellschaft für Konsumforschung (1998): Das Web emanzipiert sich, in: Global Online, o. Jg. 1998, Nr. 3, S. 10-11.
- Gruber, Hansjörg; Titze, Wolfgang A. (Hrsg.) (1990): Der Handel für die Märkte von morgen, Frankfurt/M. 1990.
- Grüne, Heinz (1998): Online und Online-Forschung in Deutschland - eine schwierige Kombi-Nation?!, in: Planung & Analyse, o. Jg. 1998, Nr. 1, S. 10-13.
- Gümbel, Rudolf (1974): Absatz, in: Enzyklopädie der Betriebswirtschaftslehre, Band 4 - Handwörterbuch der Absatzwirtschaft, hrsg. von Bruno Tietz, Stuttgart 1974, Sp. 1-22.
- Gümbel, Rudolf (1985): Handel, Markt und Ökonomik, Wiesbaden 1985.
- GVU (1998): 8th GVU's WWW User Survey, http://www.cc.gatech.edu/gvu/user_surveys/papers/9710-release.html vom 06.05.1998.
- Hallensleben, Jutta (1997): Markenvertrieb virtuell: Wer nutzt die neue Ubiquität?, in: Absatzwirtschaft, 40. Jg. 1997, Sondernummer Oktober, S. 179-184.
- Hansen, Hans Robert (1996): Klare Sicht am Info-Highway: Geschäfte via Internet & Co., Wien 1996.
- Heerdt, Andrea (1998): Goldgräberstimmung führt Internet-Markt-Prognosen an, in: Computerwoche, 25. Jg. 1998, Nr. 12, S. 96-99.
- Heimbach, Petja (1995): Multimedia im Musik-Marketing, in: Marketing mit Multimedia, hrsg. von Günter Silberer, Stuttgart 1995, S. 185-220.
- Heise, Gilbert (1996): Online Distribution, in: Handbuch Online-Marketing: Wettbewerbsvorteile durch weltweite Datennetze, hrsg. von Reinhard Hünerberg, Landsberg/Lech 1996. S. 131-155.
- Helff, Martin (1998): Das grosse Fressen, in: Internet Professionell, o. Jg. 1998, S. 107-109.
- Hendricks, Bernd (1998): Töne im Web - maßgeschneidert, in: Internet Professionell, o. Jg. 1998, Nr. 3, S.60-61.
- Hertel, Joachim (1995): Warenwirtschaftssysteme, in: Enzyklopädie der Betriebswirtschaftslehre, Band 4 - Handwörterbuch d. Marketing, hrsg. von Bruno Tietz, 2. vollst. überarb. Aufl., Stuttgart 1995, Sp. 2658-2669.

- Hermanns, Arnold; Flegel, Volker (1992): Electronic Marketing - Grundlagen, Einsatzfelder, Chancen und Risiken, in: Handbuch des Electronic Marketing, hrsg. von Arnold Hermanns und Volker Flegel, München 1992, S. 1-24.
- Hönicke, Ina (1998): Drum prüfe, wer sich kurz nur bindet, in: Computerwoche extra, 25. Jg. 1998, Nr. 2, S. 40-41.
- Hoeren, Thomas (1997): Werberecht im Internet am Beispiel der ICC Guidelines on Interactive Marketing Communications, in: Internet- und Multimediarecht (Cyberlaw), hrsg. von Michael Lehmann, Stuttgart 1997, S. 111-118.
- Hoffmann, Donna L; Novak, Thomas P.; Chatterjee, Patrali (1995): Commercial Scenarios for the Web: Opportunities and Challenges, <http://www2000.ogsm.vanderbilt.edu/patrali/jcmc.commercial.scenarios.html> vom 20.02.1998.
- Hoofacker, Gabriele (1993): Die neuen Techniken der Verkaufsförderung, München 1993.
- Hotz, Martin (1995): Alternative Vertriebsformen, in: Marketing Journal, 28. Jg. 1995, S. 458-461.
- ICC (1997): ICC Guideline on interactive marketing communications, <http://www.webnexus.com/users/icc/897state.html> vom 20.04.1998.
- IDC (1998): <http://www.idc.com>.
- Institut der deutschen Wirtschaft (Hrsg.) (1997): Zahlen zur wirtschaftlichen Entwicklung der Bundesrepublik Deutschland, Köln 1997.
- Jansen, Harald (1998): iTV bei Quelle - Erster funktionierender Feldversuch in Europa, in: Enzyklopädie des Handels, hrsg. vom Deutschen Handelsinstitut GmbH, Köln 1998, S. 36-39.
- Jupiter Communications (1996): Merchant Servers Proliferate Online, <http://jup.com/newsletter/marketplace/features/9612.shtml.htm> vom 16.02.1998.
- Jupiter Communications (1997a): The Promotional Power of the Web, <http://jup.com/newsletter/marketplace/features/9701.shtml.htm> vom 16.02.1998.
- Jupiter Communications (1997b): Moving Off-line Purchases Online, <http://jup.com/newsletter/marketplace/features/9705.shtml.htm> vom 16.02.1998.
- Jupiter Communications (1997c): You pay for What You Get, <http://jup.com/newsletter/marketplace/features/9709.shtml.htm> vom 16.02.1998.

- Jupiter Communications (1997d): Times Are Not A-Changin' Just Yet, <http://jup.com/newsletter/marketplace/features/9708.shtml.htm> vom 16.02.1998.
- Kipshagen, Lothar (1983): Die Planung von Distributions-Systemen der Konsumgüterindustrie unter besonderer Berücksichtigung der Tourenauslieferung, Frankfurt/Main 1983.
- Klein, Petra (1997): Tauziehen um die Macht, Handel und Hersteller streiten sich - ist die Handelsmacht eine Erfindung der Industrie?, in: Der Handel, o. Jg. 1997, Nr. 5, S. 6-10.
- Kling, Bernd (1996): Offen für die Invasion, in: TAZ vom 13.06.1996.
- Klippstätter, Kriemhilde (1998): IBMs Dreh für den Consumer-Markt heißt Lizenzfertigung, in: Computerwoche, 25. Jg. 1998, Nr. 12, S. 5.
- Knierim, Uwe (1998a): Geldbörse im Diskettenschlitz, in: Internet Professionell, o. Jg. 1998, Nr. 2, S. 98-99.
- Knierim, Uwe (1998b): E-mail von Mr. Spock, in: Global Online, o. Jg. 1998, Nr. 3, S. 56-59.
- Koehler, Phillip (1998): "Gewußt wie" macht Verträge via Internet niet- und nagelfest, in: Computerwoche, 25. Jg. 1998, Nr. 12, S. 86-88.
- König, Michael (1997): Digitaler Müll. Ist Werbung per Email zulässig?, in: c't, 15. Jg. 1997, Nr. 5, S. 160-162.
- Kotler, Phillip; Bliemel, Friedhelm W. (1992): Marketing Management: Analyse, Planung, Umsetzung und Steuerung, 7. Vollst. neu bearb. und für den dt. Sprachraum erw. Aufl., Stuttgart 1992.
- KPMG (Hrsg.) (1997): Electronic Commerce. Status Quo und Perspektiven. Berlin 1997.
- Kridlo, Stefan (1993): Rechtliche Aspekte beim Einsatz von Direktmarketing, in: Direktmarketing mit neuen Medien, hrsg. von Günther Greff und Armin Töpfer, 3. völlig überarb. Aufl., Landsberg/Lech 1993, S. 117-127.
- Kruse, Andreas H. (1993): Teleshopping in Deutschland: Eine neue mediale Vertriebs- und Einkaufsform, in: Direktmarketing mit neuen Medien, hrsg. von Günther Greff und Armin Töpfer, 3. Völlig überarb. Aufl., Landsberg/Lech 1993, S. 301-320.
- Kurz, Berhard; Ortwein, Eckard (1998): Umsatzerwartungen nicht erfüllt, in: Computerwoche extra, 25. Jg. 1998, Nr. 2, S. 14-16.
- Lademann, Rainer (1997): ohne Titel (über die Konzentration in Handel und Industrie), in: Der Handel, o. Jg. 1997, Nr. 5, S. 11.
- Landauer, Jürgen (1998): "Virtual Reality" im praktischen Einsatz, in: Marketing Journal, 31. Jg. 1998, Nr. 1, S. 40-43.

- Lischke, Friedrich (1997): Informations- und Verkaufsterminals - neue Medien am Point of Sale, in: Marketing-Management mit Multimedia: neue Medien, neue Märkte, neue Chancen, hrsg. von Christoph Wamser und Dietmar H. Fink, Wiesbaden 1997, S. 109-118.
- Keller, Ingrid G.; Model, Ulrich Thomas (1993): Realisation der Werbung in: Handbuch Marketing-Kommunikation, hrsg. von Arnold Hermanns und Ralph Berndt, Wiesbaden 1993, S. 495-520.
- Mertens, P.; Schumann, P. (1996): Electronic Shopping: Formen, Entwicklungstrends und Strategische Überlegungen, Erlangen, München, Passau 1996.
- Munkelt, Irmtrud (1994): Jeder Haushalt wird zur Shopping-Mall, in: Absatzwirtschaft, 37. Jg. 1994, Nr. 10, S. 124.
- Narasimhan, Anand; Chatterjee, Patrali (1995): The web As a Distribution Channel, http://www2000.ogsm.vanderbilt.edu/seminar/patrali_anand_final/ vom 10.11.1997.
- Nieschlag, Robert; Dichtl, Erwin; Hörschgen, Hans (1997): Marketing, 18. Durchges. Aufl., Berlin 1997.
- OECD (Hrsg.) (1998): Electronic Commerce: Prices and Consumer Issues for Three Products: Books, Compact Discs, and Software, <http://www.oecd.org/dsti/sti/it/ec/prod/ie98-4.html> vom 08.05.1998.
- Oenicke, Jens (1996): Online-Marketing: kommerzielle Kommunikation im interaktiven Zeitalter, Stuttgart 1996.
- Oberparleiter, K. (1955): Funktionen und Risikenlehre des Warenhandels, Wien 1955.
- o.V. (1996): The Economics of the Internet. To cheap to meter?, in: Economist, Vol. 359, October 19th 1996, S. 21-24.
- o.V. (1997a): Domain Grabber geraten unter Druck, in: Markenartikel, o. Jg. 1997, Nr. 1, S. 46-47.
- o.V. (1997b): Von Zollgebühren und Portokosten, in: Internet Online Special, o. Jg 1997, Nr. 3, S. 57.
- o.V. (1997c): Online Handel, Shopping News Informationsdienst - Electronic Commerce Report, Bonn 1997.
- o.V. (1998a): Web-Shop mit Warenwirtschaft verbunden, in: Computerwoche, 25. Jg. 1998, Nr. 17, S. 7.
- o.V. (1998b): E-Commerce-Umsatz wächst auf 1,2 Billionen Dollar, in: Computerwoche, 25. Jg. 1998, Nr. 17, S. 28.
- o.V. (1998c): Banken gründen SET-Arbeitskreis, in: Computerwoche, 25. Jg. 1998, Nr. 17, S. 27.
- o.V. (1998d): Kreditkarte ist Nummer eins, in: Computerwoche, 25. Jg. 1998, Nr. 14, S. 25.

- o.V. (1998e): Das Einkaufsnetz kommt in Mode, in: W&V Plus, 35. Jg. 1998, Nr. 10, S. 144-146.
- o.V. (1998f): Tischlein deck dich: Einkauf von zu Hause aus, in: W&V Plus, 35. Jg. 1998, Nr. 10, S. 145.
- o.V. (1998g): Interaktive Beratung, in: New Media Report, o. Jg. 1998, Nr. 2, S. 11-12.
- o.V. (1998h): Virtual Mall, in: Fortune Winter 1998 Buying Guide, o. Jg. 1998, o. Nr., S. 262-265.
- o.V. (1998i): Direktvertrieb verhilft Dell zu weiterem Wachstum, in: Computerwoche, 25. Jg. 1998, Nr. 9, S. 84.
- o.V. (1998j): Milliardengrab Handel, in: W&V News, 35. Jg. 1998, Nr. 10, S. 26.
- o.V. (1998k): Goodbuy, in: Der Handel, o. Jg. 1997, Nr. 9, S. 44.
- Pabst, O. (1998): Vertikales Marketing in schnellebigen Märkten, in: Thexis, Fachzeitschrift für Marketing, 15. Jg. 1998, Nr. 1, S. 2-7.
- Paefgen, Thomas Christian (1989): Marketing ohne Grenzen. Realität oder Utopie, in: Marketing ZFP, 11. Jg. 1989, Nr. 4, S. 249-257.
- Pallab, Paul (1996): Marketing on the Internet, in: Journal of Consumer Marketing, 13. Jg. 1996, Nr. 4, S. 27-39.
- Pepels, Werner (1991): Grundzüge der Distributions- und Verkaufs-Planung im Marketing, Regensburg 1991.
- Peters, Joachim (1997): Unternehmens-Kommunikation im Cyberspace: Auf jede Frage eine Antwort, in: Absatzwirtschaft, 38. Jg. 1995, Nr. 4, S. 116-123.
- Pispers, Ralf; Riehl, Stefan (1997): Das Marken-Ding, in: Screen Multimedia, o. Jg. 1997, Nr. 1, S. 28-32.
- Plewe, Heidrun (1996a): Rund um die Uhr verfügbar, in: Absatzwirtschaft, 39. Jg. 1996, S. 110.
- Plewe, Heidrun (1996b): Home-Echo, in: Absatzwirtschaft, 39. Jg. 1996, S. 111.
- Plewe, Heidrun (1996c): Tag und Nacht Service, in: Absatzwirtschaft, 39. Jg. 1996, S. 112.
- Plewe, Heidrun (1996d): Verkauf per Fernsehen, in: Absatzwirtschaft, 39. Jg. 1996, S. 114-115.
- Pietrucha, Bill (1996): A tale of three web sites, in: Journal of Business Strategy, o. Jg. 1996, Nr. 1, S. 28-34.
- Radetzky, Gerda v. (1998): Kleingeld: Micropayment-Systeme buhlen um Akzeptanz, in: Computerwoche, 25. Jg. 1998, Nr. 12, S. 106-107.

- Reischl, Hans (1997): Ablenkungsmanöver, in: Der Handel, o. Jg. 1997, Nr. 5, S. 12.
- Reuters (Hrsg.) (1998): Trade powers: No tariffs on Net, <http://www.news.com/News/Item/0,4,21705,00.html> vom 05.05.1998.
- Rimpler, Gerhard (1996): Absatzkanal-Management, Linz 1996.
- Rogers, Everett M. (1983): Diffusion of Innovations, New York 1983.
- Rominski, Dietrich (1994): Multimedia: Wie kommt die digitale Botschaft an? in: Absatzwirtschaft, 37. Jg 1994, Nr. 11, S.120-126.
- Rominski, Dietrich (1997): Jetzt ist Marketing dran. Internet fordert Prozeßpartner, in: Absatzwirtschaft 40. Jg. 1997, Nr. 11, S. 52-59.
- Röscheisen, H. Eckehart (1997): Zahlen und kassieren im Internet, in: Screen Multimedia, o. Jg. 1997; Nr. 1, S. 18.
- Schmelzer, Geert (1997): Tick für Tick - Auktionen im Internet boomen und machen Händlern Konkurrenz, in: Der Handel, o. Jg. 1997, Nr. 9, S. 40-41.
- Schmid, Beat (1993): Elektronische Märkte, in: Wirtschaftsinformatik, o. Jg. 1993, Nr. 5, S. 465-480.
- Schmid, Beat (1995): Electronic Mall: Banking und Shopping in globalen Netzen, Stuttgart 1995.
- Schiller, Dan (1997): Marktplatz Internet, in: Le Monde Diplomatique, o. Jg. 1997, Nr. 5178 vom 14.03.1997, S. 1,14-15.
- Schmalen, Helmut; Lang, Herbert (1998): Hybrides Kaufverhalten und das Definitionskriterium des Mehrproduktfalls. Theoretische Grundlegung, Problematik und empirischer Lösungsansatz, in: Marketing ZFP, 20. Jg. 1998, Nr. 1, S. 5-13.
- Schmitz, Beate (1990): Die zukünftige Bedeutung von interaktiven Kommunikationssystemen am "Point of sale", in: Der Handel für die Märkte von morgen: Perspektiven und Entwicklungen, hrsg. von Hansjörg Gruber und Wolfgang A. Titze, Frankfurt/Main 1990, S. 172-181.
- Schneider, Ulrich (1995): Grenzen und Alternativen des Multimediaeinsatzes im Produktmarketing, in: Marketing mit Multimedia, hrsg. von Günter Silberer, Stuttgart 1995, S. 61-72.
- Schoder, Detlef; Strauß, Ralf E. (1998): Electronic Commerce in: Computer Based Marketing, hrsg. von Klaus D. Wilde, Braunschweig/Wiesbaden 1998, S. 43-53.
- Schöegl, Marcus (1997): Mehrkanalsysteme in der Distribution, Diss. Universität St. Gallen 1997, Wiesbaden 1997.
- Schulze, Gerhard (1996): Erlebnisse am laufenden Band, in: Absatzwirtschaft, 39. Jg. 1996, S. 38-41.

- Segerer, Jürgen (1996): Interaktive Verkaufsförderung: Kiosksysteme für den POI/POS, Offline- und Internet-Anwendungen, Bonn, Paris (u.a.) 1996.
- Shankle, Greta (1997): Area Grocers slow to embrace Net, in: Indianapolis Business Journal, 18. Jg. 1997, Nr. 26, S. 27-28.
- Silberer, Günter (1995): Marketing mit Multimedia im Überblick, in: Marketing mit Multimedia, hrsg. von Günter Silberer, Stuttgart 1995, S. 3-32.
- Sommergut, Wolfgang (1998): Windows-Terminals müssen ihren Nutzen erst noch beweisen, in: Computerwoche, 25. Jg. 1998, Nr. 10, S. 9-10.
- Staub, Ulrich (1993): Einsatzmöglichkeiten elektronischer Medien im Direktmarketing, in: Direktmarketing mit neuen Medien, hrsg. von Günther Greff und Armin Töpfer, 3. völlig überarb. Aufl., Landsberg/Lech 1993, S. 263-277.
- Steffens (1997): Gefahren für den Verbraucher? Mehr Schutz für Teleshopper auf virtuellen Märkten, in: Die Informationsgesellschaft, hrsg. vom BMWI, Bonn 1997, S. 62-63.
- Steinmetz, Ralf (1993): Multimedia-Technologie: Einführung und Grundlagen, Berlin 1993.
- Stiel, Hadi (1998): Zwischen Licht und Schatten, in: Computerwoche extra, o. Jg. 1998, Nr. 2, S. 17-18.
- Strömer, Tobias H. (1998): Domain-Streitigkeiten - bike.de kann weiterradeln, in: Business Online, o. Jg. 1998, Nr. 3, S. 17.
- Swoboda, Bernhard (1995): Das Erlebnis bestimmt die Wirkung, in: Absatzwirtschaft, 38. Jg. 1995, Nr. 12, S. 80-86.
- Szasz, Thomas (1998): Tesco - ganz Direct, in: Dynamik im Handel, o. Jg. 1998, Nr. 2, S. 56-58.
- Szelenyi, Ferenc (1998): SET - Electronic Commerce mit Sicherheit, in: Enzyklopädie des Handels, hrsg. vom Deutschen Handelsinstitut GmbH, Köln 1998, S. 60-61.
- Thaler, Georg; Geppert, Dietmar (1997): Touch the Future - Multimediale Vertriebsunterstützung bei der Kaufhof Warenhaus AG, in: Marktforschung & Management, o. Jg. 1997, Nr. 5, S. 196-202.
- Thronicker, Helmuth (1998): Sichere Zahlung im Internet, in: Dynamik im Handel, o. Jg. 1998, Nr. 4, S. 33-34.
- Tietz, Bruno (1992): Einzelhandelsperspektiven für die Bundesrepublik Deutschland bis zum Jahre 2001, Frankfurt/M. 1992.
- Treis, Bartho: Institutionen- und Funktionenlehre des Handels, Göttingen 1994.

- Visa Corporation (1998): Electronic Commerce,
<http://www.visa.com/cgi-bin/vee/nt/ecommm/main.html?2.0> vom
12.02.1998.
- Waltl, Peter (1997): Online-Netzwerke und Multimedia - Werbung und Vertrieb im Internet, in: Internet- und Multimediarecht (Cyberlaw), hrsg. von Michael Lehmann, Stuttgart 1997, S. 185-204.
- Wamser, Christoph; Staudacher, (1997): Online-Shopping - von der Kommunikation zur Distribution, in: Marketing-Management mit Multimedia: neue Medien, neue Märkte, neue Chancen, hrsg. von Christoph Wamser und Dietmar H. Fink, Wiesbaden 1997, S. 87-94.
- Werner, Andreas; Stephan, Ronald (1997): Marketing-Instrument Internet, Heidelberg 1997.
- Widmer, Ursula (1997): Rechtsfragen beim Electronic Commerce: Sichere Geschäftstransaktionen im Internet, Zürich 1997.
- Wildemann, Horst (1998): Trends in der Marketing-Logistik, in: Thexis, Fachzeitschrift für Marketing, 15. Jg. 1998, Nr. 1, S. 8-11.
- Withöft, Anselm (1998): Zwei Gerichte entscheiden gegen Werbe-E-mails, in: c't, 16. Jg. 1998, Nr. 3, S. 17.
- Wißmeier, Urban Kilian (1998): Die Nutzung des Internets für das internationale Marketing - Grundlagen und Ansätze eines Erklärungsmodells für die Nutzung als internationaler Distributionskanal, in: Computer Based Marketing, hrsg. von Klaus D. Wilde, Braunschweig/Wiesbaden 1998, S. 43-53.
- Wöhe, Günter (1986): Einführung in die allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 16. überarb. Aufl. 1986.
- Wojatzek, Michael (1998): Stammkneipe für PC-Käufer, in: Global Online, o. Jg. 1998, Nr. 3, S. 38-39.
- Zentes, Joachim (1991) (Hrsg.): Moderne Distributionskonzepte in der Konsumgüterwirtschaft, Stuttgart 1991.
- Zierl, Marco (1998): Die Shop-Sammlungen, in: Internet Professionell, o. Jg. 1998, Nr. 4, S.66-68.

Anmerkung zu den Internet-Quellenangaben:

Einige Quellen, die nur im Internet verfügbar sind, werden über einen “uniform resource locator” (URL) nachgewiesen. Dadurch kann aber noch nicht sichergestellt werden, daß die Informationen auch noch in Zukunft dort erreichbar sein werden. Daher ist weiterhin das Datum des Abrufes vermerkt, womit auch die Identifizierung inzwischen archivierte Seiten garantiert sein sollte. Dennoch ist die Anzahl solcher Quellen auf ein notwendiges Minimum reduziert. Das Thema und das Anliegen der Aktualität bringt es jedoch mit sich, daß auf solche Quellen verwiesen werden muß. Sollten einige dieser Internet-Quellen inzwischen unerreichbar sein, dann können in der Regel vom Autor dieser Arbeit Kopien bezogen werden.