

Reinhard Ekker

E-Commerce im stationären Einzelhandel

Online und Offline Handel erfolgreich verbinden

Bachelorarbeit

**BACHELOR + MASTER
Publishing**

Ekker, Reinhard: E-Commerce im stationären Einzelhandel: Online und Offline Handel erfolgreich verbinden, Hamburg, Bachelor + Master Publishing 2013

Originaltitel der Abschlussarbeit: E-Commerce als Chance für den stationären Einzelhandel

Buch-ISBN: 978-3-95549-455-1

PDF-eBook-ISBN: 978-3-95549-955-6

Druck/Herstellung: Bachelor + Master Publishing, Hamburg, 2013

Covermotiv: © Kobes - Fotolia.com

Zugl. FH Oberösterreich, Studienort Steyr, Steyr, Österreich, Bachelorarbeit, April 2013

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Bearbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden und die Diplomica Verlag GmbH, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

Alle Rechte vorbehalten

© Bachelor + Master Publishing, Imprint der Diplomica Verlag GmbH
Hermannstal 119k, 22119 Hamburg
<http://www.diplomica-verlag.de>, Hamburg 2013
Printed in Germany

Inhaltsverzeichnis

INHALTSVERZEICHNIS	I
ABBILDUNGSVERZEICHNIS	III
ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS / GLOSSAR	IV
KURZFASSUNG	V
EXECUTIVE SUMMARY	VI
1 EINLEITUNG	1
1.1 Problemstellung	1
1.2 Zielsetzung	1
1.3 Aufbau und Struktur.....	2
2 DEFINITIONEN	3
2.1 E-Commerce	3
2.2 Stationärer Einzelhandel.....	4
2.2.1 Einzelhandel.....	4
2.2.2 Stationärer Handel	5
3 DER VERTRIEB IM E-COMMERCE	7
3.1 Informationsphase	8
3.2 Vereinbarungsphase	8
3.3 Abwicklungsphase	9
3.4 After-Sales Phase	9
3.5 Zusammenfassung.....	11
4 ERFOLGSFAKTOREN IM ONLINEHANDEL	13
4.1 Modellauswahl.....	13
4.2 Modell nach DeLone und McLean	14
4.3 Erfolg im Onlinehandel	14
4.3.1 Kundenzufriedenheit	14
4.3.2 E-Commerce System Qualität	16
4.3.3 Content Qualität	16
4.3.4 Nutzung.....	17
4.3.5 Vertrauen	17
4.3.6 Support	18
4.4 Zusammenfassung.....	18

5	MULTI-CHANNEL-HANDEL	20
5.1	Potenziale für den stationären Handel	20
5.1.1	Verändertes Kaufverhalten	20
5.1.2	Gesteigerte Internetaffinität.....	21
5.1.3	Fokus auf den multioptionalen Kunden	21
5.2	Anforderungen für einen Onlinekanal	23
5.3	Zukünftige Rolle des stationären Handels	24
5.4	Lead-Channel	24
5.5	Chancen für den Handel.....	25
5.5.1	Erhöhung der Reichweite.....	25
5.5.2	Wirtschaftlichkeit durch Synergieeffekte.....	25
5.5.3	Kundenbindung.....	26
5.6	Risiken für den Handel	26
5.6.1	Schwierigkeiten der Implementierung	26
5.6.2	Kontrollverlust	27
5.6.3	Suboptimierung.....	27
5.6.4	Kannibalisierung	27
5.7	Zusammenfassung	28
6	FAZIT	29
	LITERATURVERZEICHNIS	31

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: E-Business im Überblick	4
Abbildung 2: Betriebstypen des Einzelhandels	6
Abbildung 3: Phasen des Kaufprozesses.....	7
Abbildung 4: Phasen des Transaktionsprozesses.....	8
Abbildung 5: Kaufprozess auf Kunden- und Händlerseite	10
Abbildung 6: Kaufprozess auf Kunden- und Händlerseite	11
Abbildung 7: DeLone und McLean's Modell für IS Erfolg.....	14
Abbildung 8: Modell Erfolg im Onlinehandel.....	18
Abbildung 9: multioptionales Kaufverhalten	22
Abbildung 10: Erfolgsfaktoren Multi-Channel-Strategie	23