
Inhaltsverzeichnis

Teil I Digitalisierung im Handel – Point-of-Sale versus Point-of-Decision

Die Mythologie der Digitalisierung – Plädoyer für eine disruptive Transformation 3
Gerrit Heinemann

Neuerfindung des Handels durch digitale Disruption 29
Uly J. Wolters

Digital Adoption Retail – Hat der Offline-Handel eine Vision? 49
Marc André Micha und Sebastian Koppers

Agilität im Kontext der digitalen Transformation – Kernanforderung an die Organisation von morgen 79
H. Mathias Gehrckens

Teil II Digitale Disruption

Tierfutter geht disruptiv – Die Erfolgsstory zooplus 111
Andrea Skersies, Kai Hudetz und Judith Hellhake

Digitales Wachstum in China am Beispiel von Alibaba 127
Patrick Boos und Christina Peters

So kauft man Brillen heute – Die Erfolgsgeschichte von misterspex.de 153
Mirko Caspar

Fahrrad einstufig digital und disruptiv? – Erfolgsstory fahrrad.de und internetstores 169
Ralf Kindermann und Patrick Leib

Le Fashion Disrupteur – Die Erfolgsgeschichte von vente-privee 185
Catherine Spindler und Gerrit Heinemann

Teil III Digitale Adoption

Mönchengladbach bei eBay – Wie Online-Marktplätze dem Handel helfen, den digitalen Wandel zu meistern	201
Stephan Zoll und Steven Marks	

Manufacturer goes Online – Der Aufbau eines globalen digitalen Ökosystems für NIVEA	223
Martin Wulle	

Location-based Services – Paradebeispiel für digitale Adoption im stationären Einzelhandel	241
Gerrit Heinemann und Christian Gaiser	

Digitales Beteiligungsportfolio einer Familiengesellschaft am Beispiel der TriPos GmbH	259
Niko Pohlmann	

Auch Möbel geht online – Cross-Channel-Vision und digitale Adoption der Pfister AG	279
Carlos Friedrich und Marcus Diekmann	

Teil IV Digitale Transformation

Bücher digital transformiert – Das eReading-Konzept der Thalia-Gruppe	303
Michael Busch und Gerrit Heinemann	

Die digitale Transformation von Axel Springer	323
Robert A. Burgelman und Jens Müffelman	

Electronic goes Multi-Channel – Erfahrungsbericht Conrad	353
Werner Conrad und Stefanie Bräu	

Reinvent or Die – Erfahrungsbericht der erfolgreichen digitalen Transformation von UNITO/Otto Group Österreich	379
Harald Gutschi	

Herausforderungen der digitalen Transformation für die marktorientierte Unternehmensführung	399
Manfred Kirchgeorg und Christina Beyer	

Teil V Spezialaspekte der digitalen Transformation

Disruption im Mehrkanalhandel: Transformation von Multi- über Cross- zu Omni-Channel-Retailing	425
Hanna Schramm-Klein und Gerhard Wagner	

Mobile Disruption – oder warum der richtige Einsatz von Mobile für den Einzelhandel überlebenswichtig ist	449
Martin Wider	
Outsourcing versus Insourcing – welches Betreibermodell im Online-Handel ist angeraten?	469
Marcus Krekeler und Gerrit Heinemann	
Die Komponente Mensch im Kontext der digitalen Transformation	495
Britta Boland und Markus Hoischen	
Erfolgsfaktoren der digitalen Transformation	509
Thorsten Boersma	

Digitale Transformation oder digitale Disruption im
Handel

Vom Point-of-Sale zum Point-of-Decision im Digital
Commerce

Heinemann, G.; Gehrckens, H.M.; Wolters, U.J.; (Hrsg.)

2016, XXIV, 528 S., Softcover

ISBN: 978-3-658-13503-4