

Inhaltsverzeichnis

Vorwort

Klaus-Peter Wiedmann, Gianfranco Walsh, Tobias Frenzel, Holger Buxel
Konsumentenverhalten im Internet: Eine Einführung 11

Abschnitt I: Modelle

Hans H. Bauer, Nicola E. Sauer
Internetnutzungs- und Online-Kaufverhalten in Deutschland und den USA..... 35

Torsten J. Gerpott
Interaktivität von Websites und Konsumentenverhalten im Internet –
Stand der Forschung und Perspektiven 57

Klaus-Peter Wiedmann, Tobias Frenzel
Akzeptanz im E-Commerce – Begriff, Modell, Implikationen 99

Dieter Ahlert, Heiner Evanschitzky, Josef Hesse
Konsumentenverhalten im Internet: Die E-Zufriedenheit 119

Antje Möllenberg
Konsumentenverhalten in Internet-Auktionen 145

Thorsten Hennig-Thurau
Motive des Lesens von Kundenartikulationen im Internet: Theoretische und
empirische Analyse 171

Klaus-Peter Wiedmann, Sascha Langner
Beeinflussung im Internet – Klassische Techniken und aktuelle Phänomene 195

Matthias H. J. Gouthier
Customer Empowerment im Internet 227

Abschnitt II: Methoden

Dirk Ifsen

Kundenverhalten im Internet – Messinstrumente und Analyseverfahren als Basis einer kundenorientierten Webseitengestaltung..... 257

Lars H. Schmitt

Die Messung des Konsumentenverhaltens der Internetnutzer – ein Methodenvergleich..... 273

Klaus-Peter Wiedmann, Holger Buxel

Konsumentenverhaltensforschung im Internet mittels Profilbildungstechniken: Methodische Grundlagen 291

Miriam Yom, Thorsten Wilhelm, Hartmut H. Holzmüller

Online-Fokusgruppen als innovative Erhebungsmethode in der Konsumentenforschung - am Beispiel der Beurteilung von Websites..... 327

Frank Knapp

Zielgruppengerechte Website-Entwicklung 349

Florian Bauer, Tobias Herrmann

Eine tolle Website allein ist nicht genug – erst die dahinter liegende Prozessqualität bindet Kunden..... 363

Peter Loevenich, Michael Lingenfelder

Substitutionserfassung von Online-Käufen mittels „forced switching“-Ansatz..... 379

Tobias Worzyk, Martin Löhdefink

Die Logfile-Analyse als Instrument der Messung und Auswertung von Kundenverhalten im Rahmen der Erfolgskontrolle von Websites – Hintergrund, Möglichkeiten und Lösungen..... 403

Abschnitt III: Erfahrungen

<i>Michael Plotegher</i> Finanzverhalten im Internet	421
<i>Burkhard Graßmann</i> Erforschung des Konsumentenverhaltens als Baustein für die Entwicklung neuer Geschäfts- und Marketingstrategien bei T-Online	455
<i>Holger Buxel</i> Kunden- und gesellschaftspolitische Problemfelder biotischer Beobachtungen in der Online-Marktforschung.....	469
<i>Daniel Müllensiefen, Dietmar Schlumbohm</i> Wo spielt die Musik im deutschen Internet? Von der Internetpiraterie über Produkt- und Promotioninformationen zum kommerziellen Download.....	487
<i>Gianfranco Walsh, Tobias Frenzel</i> Hier spielt die Musik – Konsumentenverhalten im Internet am Beispiel digitaler Musik	505
<i>Stefan Bennemann</i> Die Zustellung als Marketing-Problem im E-Commerce für Konsumenten.....	525
<i>Ralf T. Kreutzer, Holger Kuhfuß</i> Erfolgsstrategien für einen Internet-basierten Couponing-Einsatz.....	539
Autorenverzeichnis	577