

Inhalt

Abkürzungen	6
Vorwort	7
Pascal Sieber	
Nahrungsmittel-Detailhandel	9
1. Branchenbetrachtung	9
2. Streamline und Peapod	11
3. Die Le-Shop SA	13
3.1 Le Shop	14
3.2 Organisation	14
3.3 Marketing	16
3.4 Wettbewerbsaspekte	17
4. Migros Genossenschaftsbund	17
4.1 M – Online-Shopping	18
4.2 Organisation	19
4.3 Marketing	23
4.4 Wettbewerbsaspekte	24
5. Spar Handels AG	25
5.1 Der Online Supermarkt	25
5.2 Organisation	26
5.3 Marketing	28
5.4 Wettbewerbsaspekte	28
6. Handlungsspielräume	30
Pascal Sieber	
Buchhandel	32
1. Branchenbetrachtung	32
2. Amazon.com	34
3. libroNetto	37
3.1 Der virtuelle Laden	39
3.2 Organisation	40
3.3 Marketing	40
3.4 Wettbewerbsaspekte	41
4. Lesen.ch	41
4.1 Der virtuelle Laden	42
4.2 Organisation	43
4.3 Marketing	43
4.4 Wettbewerbsaspekte	46

5.	Buch + Ton	47
5.1	Der virtuelle Hörbuchladen	48
5.2	Organisation	48
5.3	Marketing	50
5.4	Wettbewerbsaspekte	52
6.	Handlungsspielräume	53

Thomas Ghisler

Softwarehandel 56

1.	Branchenbetrachtung	56
2.	DataQuest AG	57
2.1	Die Website	58
2.2	Erfahrungen	61
3.	Secure Link Services AG	63
3.1	Die Website	64
3.2	Erfahrungen	66
4.	C. Ghisler & Co.	68
4.1	Die Website	70
4.2	Erfahrungen	72
5.	Handlungsspielräume	74

Martin Lüthi/Pascal Sieber

Hardwarehandel 77

1.	Branchenbetrachtung	77
2.	Dell Computer	77
3.	Delec AG	78
3.1	Die Website	79
3.2	Gesamtbetrachtung	81
4.	Top-D Computer Discount	82
4.1	Die Website	83
4.2	Marketingüberlegungen	85
5.	Transtec Computer AG	86
5.1	Die Website	87
5.2	Organisation	88
5.3	Marketing	89
5.4	Wettbewerbsaspekte	90
6.	Handlungsspielräume	90

Daniel Hunziker

Reisebranche 92

1.	Branchenbetrachtung	92
2.	Expedia	94
2.1	Produkte	94

2.2	Marketing	95
2.3	Wirtschaftlichkeit	96
2.4	Ausblick	96
3.	Kuoni Reisen AG	96
3.1	Der Internet-Auftritt	97
3.2	Organisation	98
3.3	Überlegungen aus der Sicht des Marketing	99
3.4	Wirtschaftlichkeit	101
3.5	Zusammenfassung und Ausblick	102
4.	Travelchannel AG	102
4.1	Die Website	103
4.2	Organisation	104
4.3	Marketing	105
4.4	Wirtschaftlichkeit	105
4.5	Zusammenfassung und Ausblick	106
5.	Charterbörse Schweiz	106
5.1	Die Website	107
5.2	Organisation	107
5.3	Überlegungen aus der Sicht des Marketing	108
5.4	Wirtschaftlichkeit	108
5.5	Zusammenfassung und Ausblick	109
6.	Handlungsspielräume	109
Glossar		112
Literatur		115
Autoren und Adressen		117