Stephan Burianek

Der Verkauf von Produkten im Internet unter besonderer Berücksichtigung des Weinverkaufs in Österreich

Diplomarbeit

GRIN

BEI GRIN MACHT SICH IHR
WISSEN BEZAHLT

- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit,
  Bachelor- und Masterarbeit

- Ihr eigenes eBook und Buch -
  weltweit in allen wichtigen Shops

- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren

GRIN

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

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

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlages. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2004 GRIN Verlag
ISBN: 9783638258449

Dieses Buch bei GRIN:

https://www.grin.com/document/22545

Stephan Burianek

Der Verkauf von Produkten im Internet unter besonderer Berücksichtigung des Weinverkaufs in Österreich

GRIN Verlag

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

http://www.grin.com/

http://www.facebook.com/grincom

http://www.twitter.com/grin_com

Der Verkauf von Produkten im Internet unter besonderer Berücksichtigung des Weinverkaufs in Österreich

eingereicht von
Stephan Burianek

Diplomarbeit
zur Erlangung des akademischen Grades
Mag. rer. soc. oec.

Institut für Marketing
Universität Wien

Wien, im Februar 2004

Inhaltsverzeichnis

ABBILDUNGSVERZEICHNIS 5

1 EINLEITUNG 6

1.1 Das Internet und der Wein, zwei konträre Welten? 6

1.2 Ziel dieser Arbeit 7

2 E-COMMERCE 8

2.1 Definition von E-Commerce und dessen Begriffe 8

2.2 E-Commerce in Österreich 10

3 DIE E-COMMERCE-EIGNUNG 12

3.1 Theoretische Ansätze 12

3.2 Empirische Forschung 14

3.3 Eignet sich Wein für E-Commerce? 16

4 PHASEN DES E-COMMERCE 19

4.1 Anbahnungsphase 19
4.1.1 Bezugsquellensuche (Wissensphase) 20
4.1.2 Der elektronische Produktkatalog (Wissens- und Absichtsphase) 21
4.1.3 Anbahnung beim Weinkauf 24

4.2 Vereinbarungsphase 27
4.2.1 Rechtliche Aspekte des Online-Vertragsabschlusses 27
4.2.2 Allgemeine Geschäftsbedingungen 29
4.2.3 Mögliche Probleme beim Vertragsabschluss 29
4.2.4 Fakturierung 30
4.2.5 Widerruf und Rückgaberecht 31

4.3 Abwicklungsphase 31
4.3.1 Kommissionierung und Verpackung 32
4.3.2 Versand und Verrechnung 33
4.3.3 Transport und Zustellmodelle 34
4.3.4 Zahlungsmodelle 35
4.3.5 Probleme bei der Abwicklung 41

4.4 After Sale: Kundenbindung 42
4.4.1 Customer-Relationship-Management 42
4.4.2 Zielgruppen für Wein-Online-Shopping 45
4.4.3 Kundenbindung am Beispiel Wein & Co 46

5 ÖSTERREICHISCHE WEIN-ONLINE-SHOPS 49

5.1 Der österreichische Weinmarkt 49

5.2 Die wichtigsten Wettbewerber 50

5.3 Online-Shop-Vergleich 52

6 WEIN-ONLINE-SHOPS: MODE ODER ZUKUNFT? 61

LITERATURVERZEICHNIS 63

EXPERTENBEFRAGUNGEN 67

ANHANG 68

Wein-Online-Shops in Österreich – eine Auswahl (Februar 2004) 68

Startseiten der untersuchten Wein-Online-Shops 69

Abkürzungsverzeichnis 71