

Inhaltsverzeichnis

	Einführung	1
1	Das Internet als Basis für Electronic Business und New E-conomy	7
1.1	Die technischen Hintergründe des Internet	8
1.2	Zugangskontrolle und Verschlüsselung der Information schafft Sicherheit für netzbasierte Infrastrukturen	22
1.3	Zusammenfassung	28
2	Trends der Entwicklung zeigen auf eine netzbasierte IT-Infrastruktur und vernetzte Geschäftsprozesse	29
2.1	Was ist Electronic Business?	30
2.2	Vom Anbieter zum Käufermarkt	36
2.3	Geschwindigkeit und Service ist alles	40
2.4	Kooperationen steigern die Leistungsfähigkeit	43
2.5	Integrierte Leistungsketten (Supply-Chains) bringen Effizienz	44
2.6	Online-Kundenzugang und Verbundprodukte ermöglichen neue Geschäftsmodelle	51
2.7	Die neuen Geschäftsmodelle des Electronic Business setzen die etablierten unter Druck	55
2.7.1	Electronic Business optimiert die Zusammenarbeit von Geschäftspartnern	62
2.7.2	Prozesse statt Funktionen zählen	63
2.7.3	Kooperieren statt Kopieren	68
2.7.4	Geschwindigkeit in den Prozessen statt Perfektion in den Funktionen	69
2.7.5	Kommunizieren statt Verschließen	70
2.7.6	Verbinden statt Integrieren	70
2.7.7	Die Bedeutung der Lernfähigkeit und Vernetzung in Geschäftsprozessen	71
2.7.8	Geschäftsergebnis statt technischer Perfektion	74
2.8	Den Kunden im Fokus	74

2.9	Electronic Business ist unumgänglich und dynamisch – wer stillsteht, auf den kommen die Dinge zu	79
2.10	Innovationskraft ermöglicht neue Lösungen	84
2.11	Zusammenfassung	89
3	Die Entwicklung der Internet-Nutzung als Kommunikations- und Informationsmedium	91
3.1	Die erste Phase bringt weltweite Kommunikation multimedialer Inhalte	92
3.2	Die zweite Phase nutzt das Internet für E-Commerce und Informationsverteilung	96
3.2.1	Electronic Commerce ermöglicht den direkten Kontakt mit dem Kunden	96
3.2.2	Suchmaschinen und Informationsverzeichnisse erschließen die Flut des Informationsangebots als ‚Portale‘	108
3.2.3	Intranets schaffen eine unternehmensweite IT-Infrastruktur	111
3.2.4	Knowledge aus dem Internet kann wertvoll sein	115
3.3	Zusammenfassung	117
4	Das Internet als wesentlicher Produktionsfaktor in allen Industriezweigen	119
4.1	Die professionelle Nutzung des Internet	120
4.1.1	Das Internet ist ein neuer Vertriebskanal neben anderen	123
4.1.2	Die alten Händler stehen in Frage – Disintermediation der Geschäftsprozesse	126
4.1.3	Cybermediäre und Portale übernehmen den Handel	127
4.1.4	Electronic Commerce ist nur so gut wie die Infrastruktur dahinter	129
4.2	Supply-Chain Management als erste wahre Lösung des Electronic Business	132
4.2.1	Extranets sind Grundlage für Supply-Chain Management	134
4.2.2	Prozessoptimierung statt funktionaler Perfektion	134
4.2.3	Prozessoptimierung ist mehr als nur Supply-Chain Management	144
4.3	Elektronische Marktplätze bringen Geschäftspartner zusammen und sind die ‚Knoten‘ im Partnernetz	145
4.3.1	Funktionen elektronischer Marktplätze	147
4.3.2	Was sind die Erfolgsfaktoren und wer profitiert von elektronischen Marktplätzen?	153
4.3.3	Beispiele zeigen die Perspektiven von elektronischen Marktplätzen	154
4.4	Das virtuelle Unternehmen – Business Broking	162
4.5	Zusammenfassung	167

5	Electronic Business bietet vielfältige Lösungen	169
5.1	Electronic Business ist mehr als E-Commerce und Supply-Chain Management	170
5.1.1	Die Web-Site als Visitenkarte und Kontaktpunkt des Unternehmens	170
5.1.2	Netzbasiertes Computing als neue Infrastruktur für die Unternehmens-IT	171
5.1.3	Netzbasierte IT-Infrastrukturen und netzbasierte Systemverwaltung	174
5.1.4	Mit der neuen Kommunikations-Infrastruktur sind neue Konzepte der IT-Nutzung machbar	175
5.1.5	Zugangsgeräte zum Internet erreichen Nutzer ohne Computerkenntnisse	176
5.1.6	Internetbasierte Kommunikations-Lösungen	179
5.1.7	Betrieb von Standardanwendungen mit Webzugriff	184
5.1.8	Vernetzung von Lösungen über das Internet auf Basis von XML	185
5.1.9	Elektronisches Dokumentenmanagement schafft viele Lösungen aus einer einmaligen Investition	186
5.1.10	Online-Dokumentation bringt viele Lösungen mit einer Technik	188
5.1.11	Informations- und Wissensvermittlung über das Intra- / Internet	189
5.1.12	Der Vertrieb kann über das Internet geführt werden	195
5.1.13	Das Data Warehouse als operatives Werkzeug liefert Informationen an der Kundenschnittstelle	198
5.1.14	Lösungen in der Verwaltung erschließen dem Bürger das Internet	200
5.1.15	Joint Engineering und virtuelle Realität beschleunigen den Produktentstehungsprozess	202
5.1.16	Geographische Informationssysteme werden zu operativen Steuersystemen	204
5.1.17	Produktservice und Kundenunterstützung gehen online	205
5.1.18	Technische Mess- und Steuersysteme über das Internet	206
5.2	Zusammenfassung	207
6	Der IT-Bereich spielt eine große Rolle auf dem Weg zum Electronic Business	209
6.1	IT-Spezialisten werden in die Gestaltung der Geschäftsprozesse eingebunden	210
6.2	Innovation muss zum täglichen Geschäft werden	215
6.3	Wege zum Electronic Business	220
6.3.1	Definition des Projekts	220
6.3.2	Projektmanagement	225
6.4	Das Internet erfordert eine neue Architektur für die Implementierung von Lösungen	228
6.4.1	Integrations-Plattformen fügen Funktionen in Prozessen zusammen und schaffen Verbundlösungen	228

6.4.2	Web-basierte Lösungen integrieren an der Nutzeroberfläche und sind überall verfügbar	239
6.5	Einfache oder komplexe technische Implementierung	243
6.5.1	Produktiv Anwendungen im Web entwickeln	244
6.5.2	Die logische ‚Vierte‘ Schicht der Web-Integration	244
6.5.3	Flexibilität für die Gestaltung der Web-Oberflächen und Prototyping für Web-Lösungen muss erreicht werden	248
6.6	Zusammenfassung	249
7	Die vierte – also nächste – Phase des Internet hat schon begonnen	251
7.1	Der Personal Computer wandelt sich zum Web-Gerät	252
7.1.1	Entcomputerisierung des Computers	252
7.1.2	Vielfalt von Netzzugangsgeräten	253
7.1.3	Ubiquitäre Kommunikation und multimediale Informationsübermittlung	259
7.2	Ein Tag im Jahre 2001	260
8	Zusammenfassung	267

Electronic Business und New Economy
Den Wandel zu vernetzten Geschäftsprozessen
meistern

Page, P.; Ehring, T.

2001, VIII, 271 S., Hardcover

ISBN: 978-3-540-67607-2