

# Inhalt

<b>1</b>	<b>Web-Age: Die Wirkung globaler Trends auf Gesellschaft und Unternehmen .....</b>	<b>9</b>
<b>2</b>	<b>Konfrontiert: E-Commerce in traditionellen Unternehmen .....</b>	<b>21</b>
2.1	Gehversuche: Erfahrungswerte beim E-Commerce im Unternehmen ....	22
	Katalytische Effekte: E-Commerce innerhalb von Unternehmen .....	28
	Zusammenspiel: Aufbau vernetzter Lieferketten .....	35
2.2	Im Zugzwang: Die Herausforderung liegt im Supply Chain Management .....	39
	Karawanserei: Evolution der Supply Chain .....	40
	Teilmobilmachung: Partielle Lösungen für vernetzte Lieferketten ....	43
	„Major Player“: Betrieblicher Einkauf über elektronische Märkte ....	49
2.3	Wird der Kunde doch noch König? Die Rolle von CRM im Informationszeitalter .....	58
	Beziehungsgeflecht: Ganzheitliche Kundenbetrachtung und virtuelle Gemeinschaften .....	60
	Marken und Marketing: Alter Wein in neuen Schläuchen .....	64
2.4	Lückenhaftes Zusammenspiel: Informationstechnologie im traditionellen Unternehmen .....	69
	Ohne Freud kein Leid: Die Bedeutung „weicher Faktoren“ bei der Entwicklung von IT-Umgebungen .....	72
	Spaghetti-Netzwerke: Viele IT-Lösungen verstellen die Sicht .....	86
	Jäger und Sammler: Datenbanken und Transaktionssysteme .....	90
	Beginnende Altersschwäche: ERP-Systeme im E-Business .....	110
2.5	Realität und Vision: Von der passiven Rolle zur Business Integration .....	114

<b>3</b>	<b>Integriert: E-Commerce und Informationstechnik im Unternehmen .....</b>	<b>117</b>
3.1	Alles offen: Software-Standards im E-Business – Ein kleiner Leitfaden für IT-Manager .....	119
	Websprache: Plattformunabhängige Anwendungen in Java .....	122
	Front-End: Standards für den E-Business-Client .....	127
	Gelbe Post: Netzwerkprotokolle fürs E-Business .....	134
	Container-Verkehr: E-Business-Software für den Server .....	137
	Direktverbindung: Konnektoren .....	144
	Webflow: Das MVC-Modell .....	146
	Interaktionsmuster: Software-Entwicklung im E-Business .....	152
	Ungewohnte Transparenz: Abschließende Betrachtung .....	154
3.2	Alles im Griff: Business Integration – Die richtigen Werkzeuge .....	156
	Grundlage: Die Infrastruktur für Business Integration .....	156
	Vermittlung: Business Integration mit Web-Anwendungsservern .....	163
	Verständigung: Business Integration mit Messaging-Systemen .....	176
3.3	Alles klar: Business Intelligence – Daten intelligent nutzen .....	196
	Ablage: Datenbanken für Business Intelligence .....	201
	Aufbereitet: Data Warehouses .....	205
	Angeschaut: Online Analytical Processing (OLAP) .....	209
	Aufgespürt: Data Mining .....	211
	Abgerundet: Eine Architektur für Business Intelligence .....	214
	Ausblick: Portale .....	216
3.4	Alles online: E-Commerce von der Stange – Checkliste für Entscheider .....	231
	Funktionen: Was E-Commerce-Systeme können müssen .....	232
	Skalierbarkeit: Was E-Commerce-Systeme abkönnen müssen .....	245
	Integration: Mit was E-Commerce-Systeme können müssen .....	250
<b>4</b>	<b>Anhang .....</b>	<b>257</b>
	Eine kurze Einführung zu CORBA .....	258
	Anmerkungen .....	260
	<b>Register .....</b>	<b>263</b>