

Paul Alpar

Kommerzielle Nutzung des Internet

Unterstützung von Marketing, Produktion,
Logistik und Querschnittsfunktionen durch
Internet und kommerzielle Online-Dienste

Unter Mitarbeit von:
Arndt Hoffmann, Thomas Pfeiffer
und Michael Quest



Springer

Inhalt

Teil I: Internet und seine Dienste.....	1
1 Einführung.....	3
2 Was ist Internet?.....	13
2.1 Entwicklung.....	13
2.1.1 Experimentierphase.....	15
2.1.2 Skalierungsphase.....	16
2.1.3 Universelle und globale Anwendung.....	17
2.1.4 Quantitative Entwicklung des Internet.....	20
2.2 Technologische Grundlagen.....	23
2.2.1 Client-Server-Architektur.....	23
2.2.2 Arten der Datenübertragung.....	24
2.2.3 Internet-Protokolle.....	26
2.2.4 Gateways und Router.....	27
2.2.5 Adressierungssystem.....	28
2.2.6 Internet-Anbindungsalternativen.....	32
2.3 Organisation.....	35
2.3.1 Verwaltung und Finanzierung.....	35
2.3.2 Institutionen.....	36
2.3.3 Adreßverwaltung.....	38
2.3.4 Standardisierung.....	39
2.4 Profile der Benutzer.....	41
2.4.1 Internetexterne Befragungen.....	42
2.4.2 Internetinterne Befragungen.....	44
2.4.3 Befragungen deutscher Internetbenutzer.....	46
Literatur.....	47
3 Dienste im Internet.....	49
3.1 Elektronische Post (E-Mail).....	49
3.1.1 Bestandteile einer E-Mail.....	49
.1 Adressenkonvention.....	50
.2 Transferprotokolle.....	51
.3 Gateways: E-Mail ohne Grenzen.....	52
.4 Übertragung binärer Daten.....	53
.5 Funktionen.....	54
.6 E-Mail Clients.....	56

3.2	Diskussionsgruppen.....	56
3.2.1	E-Mail-Verteilerliste.....	57
3.2.2	Listserver.....	58
3.2.3	Usenet Newsgroups.....	65
3.3	Dateitransfer (FTP).....	69
3.3.1	Architektur und Protokoll.....	70
3.3.2	FTP per E-Mail.....	71
3.3.3	Ablauf einer FTP-Sitzung.....	71
3.4	Telnet: Nutzung entfernter Ressourcen.....	74
3.4.1	Das Telnet-Protokoll.....	75
3.4.2	Ablauf einer Telnet-Sitzung.....	76
3.4.3	Telnet als Zugang zu anderen Diensten.....	76
3.4.4	Telnet-Kommandos.....	77
3.5	Suchdienste.....	77
3.5.1	Archie.....	78
3.5.2	Gopher.....	82
3.5.3	WAIS.....	84
3.6	Zeitgleiche Kommunikation.....	88
3.6.1	Internet Relay Chat (IRC).....	89
3.6.2	Internet Phone (Iphone).....	91
3.6.3	Worlds Chat (Wchat).....	92
3.6.4	Multiple User Dungeon (MUD).....	94
3.7	Das World Wide Web.....	95
3.7.1	Grundlegende WWW-Konzepte.....	96
3.7.2	Suchwerkzeuge im WWW.....	102
3.7.3	Gateways und Formulare im World Wide Web.....	106
3.7.4	JAVA.....	109
3.7.5	Serverstatistiken.....	111
	Literatur.....	113
	Teil II: Planung des Interneteinsatzes.....	117
4	Strategische Planung.....	119
4.1	Das Internet kennenlernen.....	121
4.2	Internetstrategie.....	121
4.2.1	Unterstützung internet- unabhängiger Geschäftsfelder.....	125
4.2.2	Internet als neues Geschäftsfeld.....	127
4.3	Plan der Einsatzevaluierung.....	129
	Literatur.....	130

5	Planausführung	131
5.1	Auswählen eines Projektteams	131
5.2	Auswählen eines Internetzugangsanbieters	132
5.3	Anmelden der Internetpräsenz	139
5.4	Auswählen der Software	140
5.5	Auswählen der Hardware	141
5.6	Erstellen des Informationsangebots	142
5.7	Realisieren der Sicherheitsanforderungen	143
5.8	Bekanntmachen des Informationsangebots	144
5.9	Kosten	144
	Literatur	147
6	Sicherheit	149
6.1	Sicherheit bei Transaktionen	151
6.1.1	Sicherheit durch Verschlüsselung	152
6.1.2	Sicherheit bei E-Mail - Pretty Good Privacy	154
6.1.3	Sicherheit im WWW	156
6.2	Sicherheit der Ressourcen im Internet	159
6.2.1	Sicherheitsrisiken	159
6.2.2	Schutzmaßnahmen	161
	Literatur	169
Teil III: Unterstützung der Wertschöpfungsaktivitäten		171
7	Ausgehende Aktivitäten	173
7.1	Absatzförderung	174
7.1.1	Werbung	174
7.1.2	Persönlicher Verkauf	187
7.1.3	Verkaufsförderung	188
7.1.4	Öffentlichkeitsarbeit	191
7.1.5	Direktmarketing	193
7.2	Auftragserfassung	197
7.3	Zahlung	201
7.3.1	Offlinezahlung	202
7.3.2	Onlinezahlung	204
7.4	Physische Distribution	209
7.4.1	Digitalisierte Produkte	210
7.4.2	Nicht-digitalisierte Produkte	210
7.5	Kundendienst und Kontaktpflege	211
7.5.1	Kundendienst für Einzelne	213
7.5.2	Kundendienst für spezifische Gruppen	214
7.5.3	Kundendienst für die Allgemeinheit	214

7.5.4 Kontaktpflege.....	215
7.6 Business-to-Business.....	216
Literatur.....	219
8 Interne und eingehende Aktivitäten.....	221
8.1 Produktion.....	221
8.2 Beschaffungslogistik.....	225
Literatur.....	228
9 Sekundäre Wertaktivitäten.....	229
9.1 Beschaffung.....	229
9.2 Forschung und Entwicklung.....	234
9.2.1 Marktforschung.....	235
9.2.2 Forschung und Entwicklung von Produkten und Verfahren.....	238
9.3 Personalmanagement.....	239
9.4 Infrastruktur.....	241
9.4.1 Finanzen.....	242
9.4.2 Interne Kommunikation und Kollaboration.....	243
9.4.3 Telecommuting.....	250
Literatur.....	251
 Teil IV: Vergleich von Internet mit kommerziellen Online-Diensten.....	 253
10 Dienste der Deutschen Telekom.....	255
10.1 IT-Online.....	255
10.1.1 Technik und Organisation.....	256
10.1.2 Kosten für Informationsnachfrager und -anbieter.....	258
10.1.3 Beurteilung.....	260
10.2 Telebox400.....	261
10.2.1 Das Message Handling System.....	261
10.2.2 Unterschiede zwischen X.400 und SMTP.....	264
10.2.3 Anwendungen der Telebox 400.....	265
Literatur.....	267
11 Kommerzielle Online-Dienste.....	269
11.1 CompuServe.....	270
11.1.1 Beschreibung.....	270
11.1.2 Kosten.....	271
11.1.3 Beurteilung.....	273
11.2 America Online.....	273
11.2.1 Beschreibung.....	273

11.2.2 Kosten.....	274
11.2.3 Beurteilung.....	274
11.3 Microsoft Networks.....	275
11.3.1 Beschreibung.....	275
11.3.2 Kosten.....	275
11.3.3 Beurteilung.....	276
11.4 Europe Online.....	277
11.4.1 Beschreibung.....	277
11.4.2 Kosten.....	277
11.4.3 Beurteilung.....	278
11.5 Vergleiche.....	278
Literatur.....	282
Index.....	285