

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
.2 Adressenkonvention.....	50
.3 Transferprotokolle.....	51
.4 Gateways: E-Mail ohne Grenzen.....	52
.5 Übertragung binärer Daten.....	53
.6 Funktionen.....	54
.7 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.!T-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