

Inhaltsverzeichnis

Vorwort

1	Einführung	1
1.1	Begriffsklärungen	2
1.2	Was ist eine e-Strategie?	2
1.3	Warum eine e-Strategie?	4
1.4	Internet, Intranet und Extranet	4
2	Firmentypologie	5
3	Typische Bedarfsfelder	7
3.1	Übersicht	7
3.2	Produktentwicklung	9
3.2.1	Bedarfsgerechtes Management der Dessininformationen	9
3.2.2	Videokonferenzsysteme	10
3.3	Produktion/Beschaffung	11
3.3.1	Kopplung des PPS mit Mailserver und Mobilkommunikation	11
3.3.2	Elektronische Auftragserfassung	12
3.4	Vertrieb	13
3.4.1	Pflege der Internet-Präsentation ohne Programmierkenntnisse	14
3.4.2	Aufbau eines CRM-Systems	15
3.4.3	Elektronische Geschäftsabwicklung mit dem Fachhandel (B2B2C)	16
3.4.4	Newsletter zur Kundeninformation	17
3.4.5	Portal/Marktplatz	18
3.5	Bereichsübergreifende Bedarfsfelder	19
3.5.1	Groupware	19
3.5.2	Datenbankgestützte QM-Dokumentation	20
3.5.3	Aufbau eines "Wissenscenters"	21
4	Erstellung einer integrierten e-Strategie	22
4.1	Unternehmensstrategie und e-Strategie	23
4.2	Vorgehensweise	25
4.3	Technologische Rahmenbedingungen	27
4.4	Organisatorische Anforderungen	29
4.5	Qualifikationsanforderungen	31
4.6	Anforderungen an die Projektabwicklung	32
4.6.1	Angebotsaufforderung	32
4.6.2	Angebot	33
4.6.3	Beauftragung	34
4.6.4	Projektdurchführung	34
4.7	Anforderungen an ein e-System	36
4.7.1	Ziele	37
4.7.2	Marketing und PR	37
4.7.3	Technik	38
4.7.4	Gestaltung	39
4.7.5	Aufbau	40
4.7.6	Benutzerführung	41
4.7.7	Webhosting	41
4.7.8	Suchmaschinen	43
4.7.9	Auswahl des Realisierungspartners	43
4.7.10	Umsetzung und Projektmanagement	44
4.8	Checkliste	45

5	Übersicht der Unternehmensbeispiele	48
6	Beispiel IBENA Technische Textilien	49
6.1	Firmentypologie	49
6.2	Allgemeine Kennzahlen	50
6.3	IT-Kennzahlen und -Charakteristik	50
6.4	Unternehmenscharakteristik	50
6.5	Bedarfsfelder	52
6.6	Technologische Rahmenbedingungen	53
6.7	Qualifikation und organisatorische Rahmenbedingungen	53
6.8	Maßnahmenkatalog und Systemarchitektur	54
7	Beispiel Konfektionär Technische Textilien	56
7.1	Firmentypologie	56
7.2	Allgemeine Kennzahlen	56
7.3	IT-Kennzahlen und -Charakteristik	57
7.4	Unternehmenscharakteristik	57
7.5	Bedarfsfelder	58
7.6	Technologische Rahmenbedingungen	60
7.7	Qualifikation und organisatorische Rahmenbedingungen	60
7.8	Maßnahmenkatalog und Systemarchitektur	60
8	Beispiel MAY & CIE	61
8.1	Firmentypologie	61
8.2	Allgemeine Kennzahlen	61
8.3	IT-Kennzahlen und -Charakteristik	62
8.4	Unternehmenscharakteristik	62
8.5	Bedarfsfelder	63
8.6	Technologische Rahmenbedingungen	64
8.7	Qualifikation und organisatorische Rahmenbedingungen	64
8.8	Maßnahmenkatalog und Systemarchitektur	65
9	Beispiel Schmitz-Werke	67
9.1	Firmentypologie	67
9.2	Allgemeine Kennzahlen	68
9.3	IT-Kennzahlen und -Charakteristik	68
9.4	Unternehmenscharakteristik	68
9.5	Bedarfsfelder	70
9.6	Technologische Rahmenbedingungen	71
9.7	Qualifikation und organisatorische Rahmenbedingungen	71
9.8	Maßnahmenkatalog und Systemarchitektur	71
10	Beispiel VBL	73
10.1	Firmentypologie	73
10.2	Allgemeine Kennzahlen	73
10.3	IT-Kennzahlen und -Charakteristik	74
10.4	Unternehmenscharakteristik	74
10.5	Bedarfsfelder	75
10.6	Technologische Rahmenbedingungen	76
10.7	Qualifikation und organisatorische Rahmenbedingungen	76
10.8	Maßnahmenkatalog und Systemarchitektur	77

11	Beispiel Wülfing	78
11.1	Firmentypologie	78
11.2	Allgemeine Kennzahlen	79
11.3	IT-Kennzahlen und -Charakteristik	79
11.4	Unternehmenscharakteristik	79
11.5	Bedarfsfelder	81
11.6	Technologische Rahmenbedingungen	82
11.7	Qualifikation und organisatorische Rahmenbedingungen	82
11.8	Maßnahmenkatalog und Systemarchitektur	83
12	Anhang	85
12.1	Erhebungskatalog e-Strategie	85
12.2	Glossar	94
12.3	Kontaktadressen	98