

Inhaltsangabe:

1	Vorwort	13
1.1	Ein Buch übers Internet?	13
1.2	Internet im Selbstversuch	14
2	Entwicklungsrichtungen, Chancen und Ziele des betrieblichen Einsatzes	17
2.1	Die Entwicklungsfaktoren und Auslöser	17
2.1.1	Bewährte, offene Technik wird zum Standard	18
2.1.2	Veränderungsfaktoren: was ist wirklich neu?	18
2.1.3	Die allgemeine soziale Akzeptanz, aber auch die Verunsicherung wächst	19
2.2	Im Mittelpunkt steht die Information - die Informationsgesellschaft steht vor der Tür	21
2.3	Das Wachstum des Internets	22
2.3.1	Demographische Angaben über die Nutzer des Internets	24
2.3.2	Weitere wichtige Surveys	25
2.4	Integration des Internet in betriebliche Abläufe und Strukturen - das Intranet	27
2.5	Die Aufhebung von Zeit und Raum	29
2.5.1	Global denken, Lokal handeln!	30
2.5.2	Amerika als Modell für die mitteleuropäische Kommunikationsgesellschaft?	30
3	Wie funktioniert das Internet, wo liegen seine Ursprünge?	33
3.1	Internet Geschichte und Entwicklung	35
3.2	Die grundlegende Organisation im Internet	37
3.2.1	Internet Nummern und Namen	38
3.2.2	Wann benötigt ein Betrieb eine eigene Domäne und wie bekommt man sie zugeteilt?	39
3.2.3	Was ist eine URL?	40
3.3	Das TCP/IP-Protokoll als Samenkorn des Internets	41
3.3.1	Die Eigenschaften:	42
3.3.2	IP (Internet Protocol).....	43
3.3.3	TCP	43
3.3.4	Komponenten	44
3.3.5	Einige TCP/IP Funktionen.....	44

3.4	Routing und IP-Gateways	45
3.5	Netzwerkverbund-Routing über Gateways	46
3.6	Intranet - Technologien als Mittel gegen den betrieblichen Kommunikationsinfarkt	47
3.6.1	By-Pässe	48
3.6.2	Anbindung von Außenstationen	48
4	WORLD WIDE WEB	49
4.1	Bedeutung für die Akzeptanz des Internets	49
4.1.1	Rolle des CERNs und der NCSA.....	49
4.2	Kommunikationsschema des WWW	51
4.3	Was ist Hypertext	51
4.3.1	Hierarchische und flache Links.....	52
4.3.2	Wie wird HyperText erzeugt?.....	54
4.3.3	Was bedeutet HTML?	54
4.3.4	Editoren	56
4.3.5	Übersicht Editoren.....	57
4.4	WEB-Site	58
4.4.1	CGI - die Heinzelmännchen des Internets	60
4.4.2	Gestaltung	61
4.4.3	Benennung	63
4.5	Kurzfahrplan bei der Erstellung einer WEB-Site	64
4.6	WEB-Browser entwickeln sich zur zentralen Bedienungssoftware	65
4.6.1	Die verschiedenen Browser (Netscape, Mosaic, Internet Explorer).....	66
4.6.2	Wie erhalte ich einen WWW-Browser?.....	67
5	E-Mail	69
5.1	Das Kommunikationsschema	70
5.1.1	Die E-Mail Adresse.....	71
5.1.2	Die Struktur einer E-Mail Nachricht	71
5.1.3	Der Mail-Server	73
5.2	Positionierung von Internet E-Mail, Lotus Notes, MS-Exchange	73
5.2.1	Normale Internet E-Mail.....	73
5.2.2	Lotus Notes.....	74
5.2.3	Die Elemente.....	75
5.2.4	Replizierung	76
5.2.5	Bemerkung	78
5.2.6	MS-Exchange.....	78

5.3	Wichtige betriebliche Arbeitstechniken mit E-Mail	79
6	Voraussetzungen für die Realisation des betrieblichen Einsatzes von Internet-Verfahren und Technologien	83
6.1	Die Technik	83
6.1.1	Die Rechner	83
6.1.2	Software	83
6.1.3	Das Netz	84
6.1.4	Das Protokoll	85
6.1.5	Die Konfiguration	85
6.1.6	Internetzugang oder Supply Management	86
6.1.7	Supply-Splitting	87
6.2	Internet-Administrativ	88
7	WWW-Seiten publizieren	89
7.1	Vorteile im Vergleich zu den Print Medien	90
7.2	Die konkrete Realisation einer WEB-Site	93
7.3	Produktion, Full-Service oder Hausgemacht?	94
7.4	WEB-Sites erstellen und verwalten mit Microsoft FrontPage	97
7.4.1	FrontPage Server	99
7.4.2	Bots, WEB-Assistenten und WEB-Vorlagen	99
7.4.3	Integration in Microsoft Office	103
7.4.4	Weiterführende Programme für die Site-Verwaltung	104
7.4.5	Zusammenarbeit	104
7.4.6	Plattformübergreifende Unterstützung	105
7.4.7	FrontPage Personal Web Server	106
8	Recherche, oder die Suche im digitalen Heuhaufen	107
8.1	Die Informationsquellen	107
8.2	Such- und Suchverhalten	107
8.3	WEB-Anarchie - und trotzdem kein dunkles Zeitalter	108
8.4	Informationsquellen	108
9	Referenztechniken und Suchmaschinen im Internet	113
9.1	Eigene Lesezeichen	113
9.1.1	Arbeitsregeln für das Umgehen mit Bookmarks	113

9.2	Suchmaschinen	115
9.2.1	AltaVista	115
9.2.2	Hot-Bot.....	116
9.2.4	YAHOO	118
9.2.5	Welche Maschine ist die Beste?	119
9.2.6	Die Suchmaschinen der nächsten Generation.....	119
10	Der betriebliche Einsatz	121
10.1	Grundsätzliche Überlegungen - Intranet als Querschnittstechnik	122
10.2	Psychosoziale Akzeptanz der Intranettechniken	122
10.2.1	Der Kulturschock - Bandbreite statt Augenkontakt.....	123
10.2.2	Mehr Zeit und weniger Black-Boxes.....	124
10.3	Technikzentrierte und prozeßzentrierte Ansätze bei den Anbietern	126
10.4	Anwendungsbereiche	127
10.4.1	Electronic Commerce.....	127
10.4.2	Database Marketing oder auch Data-Mining	128
10.5	Sicherheitsprobleme?	129
10.5.1	Die Statistik ist mit uns!	130
10.5.2	Quelle und Ziel in Gefahr	130
10.5.3	Geld aus der Wand - eine ethnologische Sicht des Geldautomaten	131
10.5.4	Risikobewußtsein ist die „Mutter der Sicherheit“	131
10.6	Verschlüsselungstechniken	132
10.6.1	Verschlüsselung mit geheimen Schlüsseln (Secret Key Cryptography)	132
10.6.2	Öffentliche Schlüssel (Public-Key Cryptography).....	132
10.6.3	Die Anwendung im Internet	133
10.7	Digitale Signaturen	134
10.7.1	„Öffentlichen Schlüssel“ und Bezüge unter Schlüsseln	134
10.7.2	Digitale Signaturen.....	135
10.8	Authentifizierung	135
10.9	Der digitale Notar - die Zertifizierungs autorität als „vertrauenswürdiger“ Dritter	135

11	Internet-Banking - Elektronischer Zahlungsverkehr im Inter / Intranet	137
11.1	ecash	137
11.1.1	Der Betrieb	138
11.1.2	Auszahlen und Abbuchen von ecash	138
11.2	Der Zahlungsvorgang	138
11.2.1	Reaktion auf eine Zahlungsaufforderung	139
11.2.2	Eine Zahlung auslösen	139
11.2.3	ecash einzahlen und verwahren	140
11.3	Einzahlungen von ecash in einem Bank-Konto (mint-account)	140
11.4	Die Funktionsweise	141
11.4.1	Geldverkehr zwischen Personen	142
11.5	Wie ecash die Privatheit schützt	143
11.5.1	ecash-Flow	144
11.6	ecash noch ein Stückchen weitergedacht	145
11.7	Der SET Standard	147
11.7.1	Anforderungsebenen an SET	147
11.7.2	Technische Einzelheiten	148
11.7.3	Virtueller Einkaufsbummel mit SET	149
11.7.4	Verschlüsselungstechniken	150
11.8	Wer setzt sich durch?	151
12	Beispiele für den Intraneteinsatz	153
12.1	Logistik	153
12.1.1	Aufgabenstellung	153
12.1.2	Internettools	153
12.1.3	Problemlösung	153
12.2	Materialwirtschaft und Lagerwesen	155
12.2.1	Aufgabenstellung	155
12.2.2	Internettools	156
12.2.3	Das Layout der WEB-Site	156
12.2.4	Zugang	157
12.2.5	Drehbuch der Realisation	158

13	Marketing im Internet	159
13.1	Kommunikationsmodelle.....	159
13.2	Marktforschung	160
13.2.1	Aufgabenstellung.....	160
13.2.2	Internettools	161
13.2.3	Zugang	162
13.2.4	Realisation Marktforschung.....	162
13.3	Werbung.....	163
13.3.1	Internettools	165
13.3.2	Zugang	165
13.3.3	Erfolgskontrolle	165
13.3.4	Realisation Werbung.....	168
13.4	Fallstudie: Werbung für eine Musikinstrumentenversicherung	170
13.4.1	Verweise setzen und Werbe-Icons anmieten.....	172
13.4.2	Der Content der WEB-Site als Filter für das Erreichen der Zielgruppe.....	172
13.4.3	Flache und hierarchische Links.....	173
13.5	Öffentlichkeits- und Pressearbeit	174
13.5.1	Aufgabenstellung	174
13.5.2	Zugang zum Internet.....	174
13.5.3	Realisation Pressearbeit	176
13.6	Auftragsbearbeitung	178
13.6.1	Aufgabenstellung Auftragsbearbeitung.....	178
13.6.2	Internettools Auftragsbearbeitung	178
13.6.3	Zugang Auftragsbearbeitung.....	179
13.7	Vertriebsinformationen	180
13.7.1	Aufgabenstellung	180
13.7.2	Internettools	180
14	Personaltools im Intranet (Human Ressources).....	183
14.1	Der Aufbau der WEB-Sites	183
14.2	Internettools	184
14.3	Stellenausschreibungen.....	184
14.4	Erfassung von Abrechnungsdaten	187

14.5	Fallstudie: Weiterbildungsangebote in einem Großunternehmen	187
14.5.1	Ziele bei einem Intranet für die innerbetriebliche Bildungsarbeit	187
14.5.2	Feedback Suchinstrumente und flache Links	189
14.5.3	Just-in-Time - eine Hauptforderung.....	191
14.5.4	Stufen der Realisation.....	192
14.5.5	Baumstruktur des Bildungsangebots	193
14.6	Fertige Intranetlösungen für den Einsatz im Bereich Personalentwicklung	195
14.6.1	Die Aufgabe.....	195
15	Dokumentenmanagement (technische und kaufmännische Dokumentation) im Internet	197
15.1	Aufgabenstellung	197
15.2	Internettools	198
15.2.1	Der Dokumentenserver	198
15.3	ADOBE ACROBAT - Corporate Design im WEB leicht gemacht	199
15.3.1	Versionstreue	200
15.3.2	Der Standard.....	200
15.3.3	Links und Multimedia.....	200
15.3.4	Ideal für elektronische Zweitverwertungen	201
15.3.5	Zusammenfassung	201
16	Von der „virtuellen Redaktion“ zum Wissensanbieter (Content-Provider)	203
16.1	Aufgabenstellung und strategische Ziele	203
16.1.1	Offene Standards	203
16.1.2	Präsenz im Netz	204
16.2	Realisation	205
16.2.1	internettools und Maschinen	208
17	Ein weltweit verteiltes „Virtuelles Büro“	211
17.1	Die Ausgangslage	211
17.2	Lösungsmöglichkeiten	212

18	Die Anbieter - Basistechnologien und Anwendung	215
18.1	Der Markt	215
18.2	Microsoft Office 97 Zusammenführung von WEB- und Office	216
18.2.1	HTML- und Office Dokumente auf einem Intranet	216
18.2.2	Integration der WEB-Technologien ins Office-Paket.....	218
18.2.3	Links halten Vorgänge zusammen	219
18.2.4	Integration mit ActiveX™	221
18.2.5	Internet Nachrichten und Kommunikation	221
18.2.6	Sicherheitsregeln	222
18.2.7	Arbeiten mit FrontPage	223
18.3	Wie können neue Office-Systeme optimal eingeführt werden?.....	225
18.4	SAP und das Intranet	227
18.4.1	ALEWeb und Business-API's	229
18.4.2	„Electronic Commerce“ - Die Beziehungen.....	230
18.4.3	R/3 3.1 Internet Application Components	230
18.4.4	Business-zu-Business	232
18.4.5	Intranet.....	233
18.4.6	Beispiele von BAPIs	234
18.5	Netscape - Das Netzwerk ist der Computer - der Aufstand der Wunderkinder.....	235
18.5.1	Bisherige Rolle.....	235
18.5.2	Definition des Intranets	235
18.5.3	Struktur des Angebots.....	236
18.6	SUN - per aspera ad java.....	237
18.6.1	Der revolutionäre Gehalt und Anspruch - der Computer ist das Netz.....	238
18.6.2	Anspruch und Praxis liegen oft auseinander.....	239
18.6.3	Die Realität - per aspera ad java.....	240
