

Inhaltsverzeichnis

Teil I: Collaborative Business

1	Collaborative Business: Definition und erste Annäherung	3
2	Collaborative Business: Fünf Thesen	9
3	Der Markt	13
3.1	Status Quo: EDI	13
3.2	Das Ende der Web-Infantilität	14
3.3	Migration zum Prozess-Netzwerk	17
3.4	Mehrstufiger Migrationspfad	20
4	Die Unternehmen	25
4.1	Wirtschaftlicher Zwang zum Networking	25
4.2	Ausgewählte Erfolgsfaktoren	27
4.3	Abstimmungsbedarf bei der Kollaborationsanbahnung	30
4.4	Das Dogma permanenter Suboptimalität	32
4.5	Vier Kollaborationsdimensionen des Unternehmens	33
5	Die Konsumenten	35
5.1	Downstream Collaboration	35
5.2	Offenheit zur Downstream-Kollaboration – Praxisbeispiel „Banken“	39
5.3	Der Multi-Channel-Kunde	45
5.4	Industriespezifische Unterschiede im Multi-Channel- Verhalten	51

Teil II: Web Services

6	Web Services: Eine erste Annäherung	57
7	Definition: Web Services	59
8	Ausbaustufen und Wertschöpfung	63
9	Künftige Marktentwicklung	79
10	Einsatzgebiete	83
11	Kosten und Risiken	89
12	Web Services verändern die Welt	93
	12.1 Dienstleistungen werden handelbar!.....	93
	12.2 Unternehmensfusionen bekommen eine Richtung.....	95
	12.3 Virologische Prozessexternalisierung.....	97
	12.4 Web Services – ein weiterer Schritt zur automatisierten Weltwirtschaft?	100

Teil III: Identity Management

13	Definition: Identitäten	105
14	Umfang des Identity Managements	111
15	Nutzenpotenziale automatisierten Identity Managements	115

Teil IV: Strategie und Management

16	Strategie im Nebel der Ungewissheit	125
17	Evolution im Management	143
18	Ein leiser und langer Weg	147

Abkürzungsverzeichnis	149
------------------------------------	------------

Literaturverzeichnis	165
-----------------------------------	------------