Objekttyp: **TableOfContent**

Zeitschrift: **Comtec : Informations- und Telekommunikationstechnologie = information and telecommunication technology**

Band (Jahr): **79 (2001)**

Heft 2

PDF erstellt am: **29.05.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Der Kunde wird kundiger

Die Goldgräberstimmung im Internethandel ist verflogen. Seit eine Seifenblase nach der anderen platzt, setzt sich die Erkenntnis durch, dass auch im virtuellen Medium Internet die Regeln des realen Marktes gelten. Die Gewinner sind die Software- und Technologielieferanten, Einkäufer und Logistiker.
Virtuelle Marktplätze werden nur überleben, sagt die Prognose, wenn sie ein Mindestvolumen von 1,5 Mia. Euro erreichen und wenn sie zusätzlich Dienstleistungen wie Logistik und Zahlungsabwicklungen anbieten. Daher sind etablierte Unternehmen, die das mitbringen, auf lange Sicht im Vorteil. Insgesamt steht dem Web-Geschäft ein gewaltiger Aufschwung bevor. Stärker als der Handel mit Privatkunden, Business-to-Consumer B2C, wächst das Geschäft zwischen Firmen, Business-to-Business B2B. Darauf entfallen 85% des E-Business.
E-Business wandelt die Geschäftsbeziehung des nächsten Jahrtausends. Dabei reicht es nicht mehr aus, im Internet mit mehr oder weniger anspruchsvollen Homepages präsent zu sein. Gerade im Business-to-Business (B2B), also den elektronischen Geschäftsbeziehungen zwischen Herstellern, Händlern und Lieferanten, geht es vielmehr darum, Wertschöpfungsketten zu integrieren und zu strukturieren. Die vielfach schnelleren Kommunikationsformen erfordern eine Anpassung bestehender Geschäftsprozesse und den Ausbau sowie auch die Entdeckung neuer Vertriebs- und Einkaufswege.
Wichtig ist, dass jeder Mitarbeiter zur E-Community gehört – eine privilegierte Klasse von «E-People» darf es nicht geben. Und nur die Vernetzung des ganzen Unternehmens sichert den Erfolg im E-Business. Bei der Umsetzung der B2B-Strategie erfordern folgende Projekte höchste Priorität: Ein unternehmensweites Knowledge-Management, der Einkauf via Internet, die Optimierung aller internen Geschäftsprozesse und die Einbindung von Lieferanten und Kunden in den elektronischen Geschäftsablauf durch E-Procurement und Customer-Relationship-Management (CRM).
Der Sog des Internets reisst immer mehr Bereiche der Gesellschaft mit in die virtuellen Welten – grosse und kleine Unternehmen, Gemeindeverwaltungen und Schulen. Noch ist vieles Stückwerk und morgen schon überholt. Es kommt aber eine bisher unbekannte Transparenz in die Märkte: Der Kunde wird kundiger.

Redaktion com**tec**®

FACHBEITRÄGE

ANDREAS MEIER
Vom digitalen Produkt bis hin zum Customer Relationship Management 4

VLAD BUCURESCU, LEILA LAMTI BEN-YACOUB AND JOHANNES SCHNEIDER
Delivering QoS Enabled IP-VPN Services 13

LEILA LAMTI BEN-YACOUB AND CLAIRE HOWLETT
Dynamic Resource Reservations for QoS Support in IP Networks 19

JÖRG ALTMEIER
Qualitätssicherung in der Internettechnologie 26

HANS-ULRICH BUCHER, ROLF HOSTETTLER, RETO SCHILT
Extensible Markup Language – XML 30

GUNTHER THIEL
Immer auf Sendung 36

FACHBEITRÄGE

STEPHAN BRECHBÜHL, MARKUS BADERTSCHER UND LARS ERDMANN
Buying into Telecommunication Online 40

URSULA SURY
Sicherheitsfaktor Mensch 44

RUBRIKEN

Forschung + Entwicklung 1/2/12/42/48/52
News 12/34/39/46/48/50/52/54/56
Buchbesprechung 58
Firmen + Produkte 59–63
Impressum 64

Titelblild: Swisscom Reprotechnique;
Komposition von Karin Haslimann