

Inhaltsverzeichnis

Vorwort des Herausgebers 7

Vom digitalen Produkt bis hin zum Customer Relationship Management
Andreas Meier, Universität Fribourg 11

Informationstechnologien als Voraussetzung für Electronic Business
Ambros Lüthi, Universität Fribourg; Harald Häuschen, Universität Zürich 27

Einsatz und Entwicklung von Electronic Business in Schweizer Unternehmen
Stefan Hüsemann, Andreas Meier und Daniel Wismer, Universität Fribourg;
Kurt Meyer und Pascal Wohlwender, KPMG Zürich 41

Nutzen des Electronic Commerce aus Unternehmenssicht
Detlef Schoder, Universität Freiburg i. Br.; Ralf E. Strauß, Consulting Partner
Group, Frankfurt a. M. 59

E-Procurement: Internet-Einsatz in der Beschaffung
Kilian Eyholzer und Daniel Hunziker, Universität Bern 69

Profilierung durch Online-Marketing: Von der Idee zum Stammkunden
Hjördis Gräf, Gräf & Company Unternehmensberatung, Zürich 95

**E-Business in der Versicherungswirtschaft:
Ende des vertikal integrierten Geschäftsmodells?**
Thomas Holzheu, Swiss Re New York; Thomas Trauth und Ulrike Birkmaier,
Swiss Re Zürich 119

E-Business-Trends im Finanzdienstleistungssektor

Christof Hauser, Mario Crameri und Olaf Hoffmann, Credit Suisse Zürich 135

Die elektronische Kontraktgestaltung als Grundlage neuer Dienstleistungen

Alexander Runge, KPMG Zürich 165

Die digitale Signatur – technische, organisatorische und rechtliche Aspekte

Matthias Ramsauer, Jean-Maurice Geiser und Robert Dietschi, Bundesamt für Kommunikation, Biel 185

Sicherheitsmanagement im Electronic Business

Stephanie Teufel, Andreas Erat, Universität Fribourg 211

Das Real-Team im Netz: Ethische Überlegungen zur Arbeitsgestaltung an vernetzten Computersystemen

Thomas Hodel, CSC Ploenzke Zürich, und Monika Widmer Hodel, Pfarrei Siblingen 233

Internet – Chance für eine Mobilisierung des Dritten Sektors?

Guy Kirsch, Universität Fribourg 253

Anhang 273

Anmerkungen 273

Literatur 283

Glossar 294

Die Autorinnen und Autoren 298