

## Inhalt

Vorwort	7
<b>1. Erhebungsdesign und Durchführung der Befragung</b>	<b>8</b>
<b>2. Teilnehmende Organisationen und Personen</b>	<b>9</b>
<b>3. Wertbeitrag der IT in sozialen Organisationen</b>	<b>11</b>
3.1. Vorbemerkung	11
3.2. Ziele des IT-Einsatzes und wie sie erreicht werden	12
3.3. Potenzial-Ausschöpfung in zentralen Geschäftsprozessen	14
<b>4. IT-Betrieb und IT-Kosten</b>	<b>16</b>
4.1. Zufriedenheit mit dem IT-Bereich	16
4.2. Kenntnisse über IT-Kosten und Kosten-Nutzen-Relationen	16
4.3. Schriftlich fixierte IT-Strategien und strategische Ausrichtung der IT-Bereiche	18
<b>5. Markenstärke der Branchensoftware-Anbieter und ihrer Produkte</b>	<b>21</b>
5.1. Undeutliche Markenkonturen	21
5.2. Produkt- und Leistungsqualität als Markenkomponente	21
5.3. Bekanntheit und Attraktivität von Anbietern und Produkten	24
<b>6. Fazit</b>	<b>26</b>
Literatur und Quellen	29
Autoren	30