

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

Herausgeber: Swisscom

Band: 80 (2002)

Heft: 3

Rubrik: iEX Internet Expo 2002

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 29.03.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Internet Expo (iEX) 2002

iEX als Spiegelbild der IT-Branche

Vom 6. bis 8. Februar 2002 stand das Messegelände in Zürich-Oerlikon wieder ganz im Zeichen der Ausstellung Internet Expo (iEX), welche die Messe Zürich zum sechsten Mal durchführte. Mit 440 Ausstellern kann die Internet Expo auch in diesem Jahr wiederum als der wichtigste Internet-Businesstermin in der Schweiz eingestuft werden.

An der iEX waren neben den bekannten Marktgrössen auch eine Vielzahl kleinerer Nischenanbieter anzutreffen.

 RUEDIGER SELLIN

Das Spezielle an der iEX

Die Mischung aus etablierten Firmen und Newcomern ist es, die der iEX einen festen Platz unter den Schweizer IT-Messen gesichert hat. Mit einer Nettofläche von rund 14 000 m² und sechs statt sieben Ausstellungshallen war die Schweizer Internet-Fachmesse dieses Jahr zwar leicht geschrumpft, lag aber volumemässig immer noch über dem Internet-Boomjahr 2000. Die iEX 2002 richtete sich vorwiegend an Internet-Spezialisten, Webmaster und Publisher sowie an EDV- und Netzwerkverantwortliche, die sich über die neusten Produkte und Services für Aufbau und Betrieb von Websites

und Intranets sowie über LAN-Vernetzung und WAN-Anbindung informieren wollten. Nach rund 560 (2001), 400 (2000) und 300 (1999) Ausstellern in den Vorjahren waren die für dieses Jahr gemeldeten 430 Aussteller ein deutliches Zeichen der abgekühlten Konjunktur. Einige Anbieter wie die Global Phone Systems AG (Vertrieb der Voice-over-IP-Lösung SWYX, neu bei der Cropmark AG) oder Provider wie Commcare, Callino und Nextra fehlten gänzlich. Diese Firmen haben sich in der Zwischenzeit vom Markt verabschiedet, was einmal mehr zeigt, wie schnell sich das Bild innerhalb von nur zwölf Monaten wandeln kann. Die «Überreste» von Nextra fanden sich am Stand von T-Systems wieder, der Schweizer Niederlassung des zweitgrössten europäischen Systemhauses. Auch die Cablecom – im letzten Jahr noch mit zwei Ständen vertreten – glänzte dieses Mal durch Abwesenheit, was wohl im engen Zusammenhang mit dem in der Tagespresse gemeldeten Liquiditätenseng-

pass zu tun hat. Das Fehlen der Cablecom an der iEX ist zu bedauern, denn sie stellt im Accessbereich die einzige wirkliche Marktkraft neben Swisscom dar. Themen wie «Gratis-Internet-Zugang» oder überschwängliche Businesspläne und Visionen waren dieses Jahr verpöht – die Branche steht wieder mit beiden Beinen fest auf dem Boden, was man durchaus als positiven Aspekt des wirtschaftlichen Rückgangs werten darf. Vor diesem Hintergrund muss man auch das Motto der diesjährigen iEX, «Meet the Real World», sehen: Man setzt wieder auf «reale Werte».

Die Palette der Anbieter...

Trotz rückläufiger Ausstellungsfläche waren alle grösseren Anbieter im Telekommunikations-, Computer-, Provider-, E-Business- und Web-Agenturmarkt präsent:

- Anbieter von Internetdiensten und -inhalten, E-Banking (Banken wie UBS, CS/Winterthur, Zürcher Kantonalbank und Die Post)
- Webhosting und Internet Provisioning, E-Commerce (Bluewin/Swisscom, Yellowworld/Die Post)
- Internetzugang via ADSL (z.B. Bluewin/Swisscom)
- Mobiles Internet (u.a. GSM Service Provider wie Swisscom Mobile und ihre Mitbewerber)
- Hardware- und Lösungslieferanten (Unisys, IBM, Sun, Hewlett-Packard, Compaq und Cisco)
- Softwarelieferanten (Microsoft, Software AG)
- Zahlreiche Spezialanbieter aus den Bereichen Webpublishing und Content Provisioning
- Dienstleistungen rund um das Internet (Training, Consulting, Verlage)

Neben der Ausstellung lief in abgetrennten Räumlichkeiten die iEX-Konferenz mit insgesamt 87 Seminaren, davon 12 vor und 75 während der Messe, unter anderem zu den Themen E-Commerce,

Bild 1. Vianect, die erste Bluetooth-basierte und unsichtbare Freisprecheinrichtung im Audi A8 – dahinter leere Gänge, wo sich letztes Jahr noch Mensentrauben tummelten.



Intranet/B2B, Webpublishing und Webmastering, Software-Entwicklung im Internet sowie Internet-Strategien.

... und ihre IT-Systeme sowie -Services

Gleich im Eingangsbereich der Hallen 1 und 2 fiel der grosszügige Stand der Firma **search.ch** auf, einer der bekanntesten Schweizer Suchmaschinen. Beim weiteren Schlendern durch die Gänge stach die starke Präsenz der **Finanzdienstleister** UBS, Credit Suisse und Die Post ins Auge, wobei es der UBS am besten gelungen war, Messebesucher auf ihren offenen Stand zu locken. Während der Stand der Credit Suisse eher in sich abgeschlossen war und so wenig einladend wirkte, verlieh Die Post ihrem Stand an der iEX eine moderne, fast etwas kühle Standarchitektur.

«Die Kunden konzentrieren sich aufs Kerngeschäft, und Unisys kümmert sich um die IT-Infrastruktur», so das Motto des IT-Dienstleisters **Unisys (Schweiz) AG** für die Branchen Finanzen, Telekommunikation und öffentliche Verwaltung. Der Stand der Unisys beeindruckte durch seine Schlichtheit und Schönheit. Aussen schmückten neben den freundlichen Damen am Empfang frische Blumen bouquets die hohen Granitwände, hinter denen eine gelungene fernöstliche Symbiose aus der entsprechenden Inneneinrichtung und Musik zum Verweilen einlud. Dass Unisys mehr als 70% des gesamten Umsatzes mit beratungsintensiven IT-Services und Gesamtlösungen statt mit dem reinen Verkauf von Hardware erzielt, dürfte vielen unbekannt sein. Von daher war die Gestaltung des Standes dem Geschäftsfeld des Unternehmens angepasst: viel Raum für Beratung und die richtige Atmosphäre, um seinen Gedanken freien Lauf zu lassen.

An das iEX-Motto angepasst, hiess man die Messebesucher bei der **Sun Microsystems (Schweiz) AG** mit der Begrüssung «Welcome to the Real Solutions» willkommen. Hier war zumindest optisch von einer Krise nichts spürbar. Hier fand sich innerhalb von thematisch abgegrenzten Inseln fast für jedes Problem rund um das Internet eine «reale» Hardware- oder Softwarelösung.

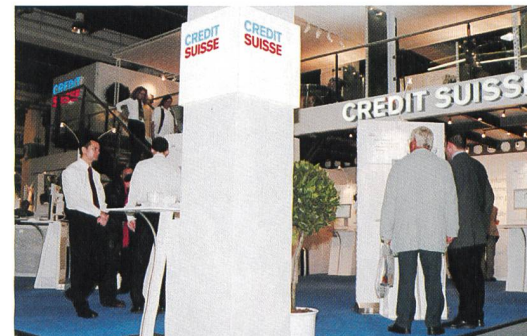
Die Angebote der Konkurrenz waren jedoch keinesfalls unreal. So hatte beispielsweise die **IBM** die Mainframe-Reihe z/900 vor der Messe abgespeckt und für den Monat März den z/800 angekündigt. Dieser ist der erste Mainframe von

IBM, der ohne proprietäres Betriebssystem auskommt und gänzlich unter Linux läuft. Als Inspiration mag die Marktentwicklung des z/900 gedient haben, bei dem im Jahr 2001 immerhin 11% der installierten Prozessorleistung mit Linux ausgeliefert wurde. Beim z/800 kommen zwar dieselben 64-Bit-Prozessoren zum Einsatz wie beim z/900, deren Maximalausbau ist indes auf vier statt zwanzig Stück begrenzt. Unterschiedlich ist auch der Einstiegspreis: Mit einem Systempreis von mindestens einer Million US-\$ liegt der z/900 deutlich vor dem z/800 mit 400 000 US-\$. Kommt hinzu, dass ein Linuxrechner ungleich tiefere Wartungs- und Personalkosten verursacht als ein proprietärer Mainframe. Vom z/900 wurden letztes Jahr trotz IT-Einbruch weltweit über tausend Stücke verkauft, das waren 15% mehr als im Vorjahr. So hofft IBM, dass sich dieser Erfolg nun beim z/800 wiederholt. Auch die IBM Global Solutions umwarben die Messebesucher mit ihrem dichten Netzwerk von IT-Dienstleistungen.

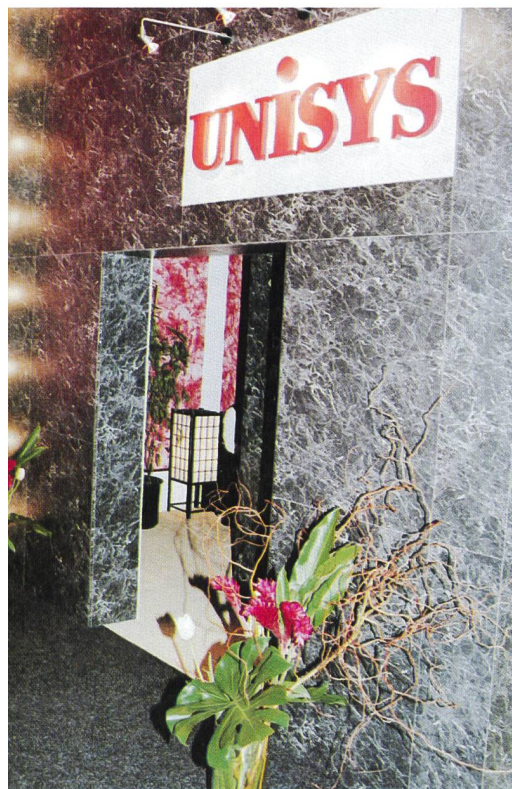
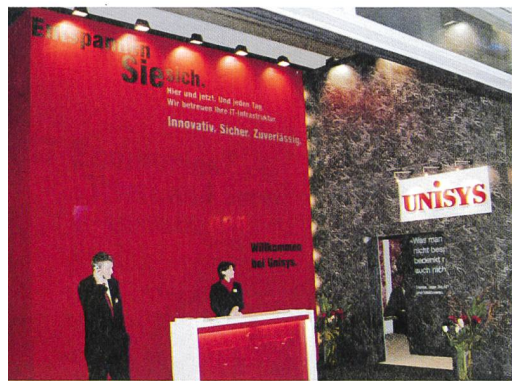
Bei den Softwarelieferanten setzten die Branchenriesen **Microsoft** und die Software AG auf Konventionelles. Nach dem frühen Untergang der Microsoft-Entwicklung .com scheint der XML-Zug auch hier anzulaufen. XML (eXtensible Markup Language) ist eine objektorientierte Beschreibungssprache, die ihren Siegeszug bei der Dokumentenverwaltung auf Grosssystemen angetreten hat. Die Software AG zeigte wieder die XML-Datenbank «Tamino», die auch an der Landesausstellung Expo 02 zum Einsatz kommen wird, das Integrationstool X-Node (zur Anbindung relationaler Datenbanken), X-Bridge (Integration von Dokumenten aus anderen Anwendungen) und X-Studio (XML-Anwendungsentwicklung). Neu hinzugekommen ist ein umfassendes XML-Schulungsangebot zu hohen Preisen. Die Software AG steht damit nach eigenen Angaben als einziger Vollsortimenter im Bereich XML-Tools für kommerzielle Anwendungen aus den Bereichen E-Commerce, Dokumentenmanagement, Electronic Publishing und Supply Chain Management auf dem Markt. Und so überrascht es auch nicht, dass die Software AG im Jahr 2001 ihr operatives Ergebnis um 71% und den Umsatz um 41% steigern konnte.

Swisscom AG und ihre Töchter

Bei den Swisscom-Töchtern Conextrade und Swisscom IT Services gibt es seit der



Bilder 2, 3, 4 und 5. search.ch, UBS, Credit Suisse und Die Post an der iEX 2002.



Bilder 6 und 7. Fernöstliche Atmosphäre bei der Unisys (Schweiz) AG.

konsequenter Umsetzung der Holdingstruktur einige Neuheiten zu berichten. Die Zürcher **Conextrade** verbindet

Bild 8. Themeninseln auf dem Stand von Sun Microsystems.



Grossunternehmen mit dem führenden elektronischen Handelsplatz der Schweiz und baut so elektronische Brücken zwischen Handels- und Geschäftspartnern, die traditionellen Business-to-Business-Beziehungen neue Dimensionen eröffnen. Von den Möglichkeiten des elektronischen Handels wollen nun auch die UBS, die Ostschweizer Interessensgemeinschaft, OSIG, gemeinsam mit dem Industrial Sourcing Network, ISN, und die Schindler-Aufzüge profitieren. Dank dem neuartigen elektronischen Handelsplatz für Beschaffung und Bestellung werden die neuen Grosskunden von Conextrade in der Lage sein, ihre Marktbedürfnisse effizienter und kostengünstiger zu erfüllen.

Die **Swisscom IT Services** entstand aus dem Zusammenschluss von Swisscom IT und der AGI IT Services und präsentierte sich erstmals an der iEX – notabene im Corporate-Swisscom-Messedesign mit einem Stand aus Naturmaterialien analog zur Konzernmutter. Sie ist eine der führenden Anbieter von IT-Full-Services in der Schweiz und Flächen deckend an neunzehn Standorten in der Schweiz präsent, von wo heute rund 25 000 Anwender betreut werden. Der Anwendungsfokus an der iEX 2002 lag auf E-Business-Lösungen aus den Bereichen Internet/Intranet und SAP. Spezielles Gewicht legte Swisscom IT Services auf das Thema Informations- und Wissensmanagement. Dem interessierten Messebesucher wurden die Produkte MAM (Media Asset Management) für das unternehmensweite Erfassen und Verwalten multimedialer Daten sowie I-NET Intra für das Organisieren unternehmenswichtiger Informationen und Wissen präsentiert.

Die Halle 1 bot eine grosszügige Plattform für Telcos und ISPs. Bei den Anbie-

Bild 9. Brüderlich an der iEX vereint – IBM und Microsoft.



tern für GSM-Mobilfunk, der **Swisscom Mobile AG** und ihren Mitbewerbern, stand das Motto «Das mobile Office» im Vordergrund, was wohl auch mit der praktisch Flächen deckenden Versorgung mit dem General Packet Radio Service (GPRS) bei allen Anbietern und mit dem Dienst High Speed Circuit Switched Data (HSCSD) bei Swisscom Mobile zu tun hat. Im letzten GPRS-Test bei der Zeitschrift Facts (Ausgabe 6/02) bestach Swisscom Mobile im Vergleich zu ihren Mitbewerbern übrigens nicht nur mit der besten Flächendeckung, sondern auch mit dem schnellsten Verbindungsaufbau und den umfassendsten mobilen Anwendungen.

Der Marktführer Swisscom Mobile AG zeigte an der Internet Expo den mobilen Zugriff auf E-Mails, Agenden und Aufgaben für den privaten und vor allem geschäftlichen Bereich. Auch die Anfang Februar gelaunchte GPRS-Technologie konnte ausgiebig getestet werden. Zusammen mit HSCSD und dem attraktiven mobilen Portal (www.gomobile.ch) bietet Swisscom Mobile nun auch im Bereich «mobile Data» ein umfassendes Angebot für den privaten und geschäftlichen Mobilfunkkunden. Daneben wurden die neusten mobilen Endgeräte präsentiert.

Swisscom Fixnet (kurz FX) lancierte auf Jahresbeginn gleich drei Neuheiten: Zum einen den Dienst WAP im Festnetz und zum anderen zwei Telefonapparate, die beide den Zugang zum Internet ermöglichen. Mit der Einführung des neuen SMS- und WAP-fähigen ISDN-Komforttelefons Top A57ISDN lanciert Swisscom FX den WAP-Dienst auch im Festnetz. Mit diesem Dienst wird der Zugriff auf WAP-Angebote im Internet über ein Festnetztelefon ermöglicht. Mittels Tastendruck erfolgt der Verbindungsaufbau zum Service und die gewünschten WAP-Ange-

Bild 10. Vortrag zum Media Asset Management bei Swisscom IT Services AG.





Bild 11. Conextrade – noch im eigenen CD-Gewand.



Bild 12. Das mobile Büro bei Swisscom Mobile.



Bild 13. Naturmaterialien bei Swisscom.

bote können ab der Startseite angewählt werden. Ohne den PC aufzustarten und auch gleichzeitig mit einem Telefongespräch können E-Mails gelesen und Informationen abgefragt werden. Ein speziell grosses Display ermöglicht eine gute Lesbarkeit der Daten. Das Surfen im Internet via Top A57ISDN kostet gemäss einer Pressemitteilung von FX den ganzen Tag 20 Rp./Min. Aber auch für die Kunden mit konventionellem Telefonanschluss zeigte FX eine interessante Neuheit: Der neue analoge Telefonapparat Top J316 unterscheidet sich von anderen Geräten dadurch, dass mit dem mitgelieferten Datenmodul ein drahtloser Zugang zum Internet möglich ist. Das schnurlose USB-Modem wird einfach in den PC gesteckt. Nach dem Aufstarten des PCs ist das Surfen sofort möglich. Das Modem kommuniziert direkt mit der analogen Basisstation und überträgt Daten und Sprache.

Swisscom Enterprise Solutions (kurz: ES) präsentierte zum Thema Internet diverse IP-Plus Internet-Services (IP-Plus direct access, IP-Plus light usw.). Diese Dienste basieren auf der in der Schweiz am besten ausgebauten Internet-Infrastruktur. Zahlreiche Access-Varianten und Service-Optionen zeigten die ideale Basis für massgeschneiderte Internet-Lösungen auf. Ganz neu setzt ES auf IT/Telco-Lösungen, welche die Bereiche IT-Management, Professional Services, System Integration und Customer Relationship Management umfassen. Auch zu den Trendthemen «Networking» und «Security» hatte ES einiges zu zeigen:

- RemoteConnex: Sicherer Fernzugriff aufs Unternehmensnetz für KMU.
- OfficeConnex: Nationaler Service für unternehmensweite Kommunikation zur Verbindung geografisch getrennter Standorte.

- Remote Access Service: Sicherer Fernzugriff auf das gesamte Unternehmensnetz, beispielsweise für Telearbeit.
- SecurePoP: Komplettlösung für den sicheren Internetzugang mit dedizierter Firewall als zentrale Komponente.
- RAS Encryption und CyberKey: Schlüssel zum sicheren Netzwerk.

Der Geschäftsbereich ES ist zudem massgeblich am Projekt «Schulen ans Netz» beteiligt, stammen doch die Produkte von dieser Swisscom-Gruppengesellschaft. An der iEX wies ES explizit auf dieses Faktum hin, denn man hatte mit 18 Kantonen entsprechende Vereinbarungen abgeschlossen. Mittlerweile haben sich über siebenhundert Schulen für einen kostenlosen Breitbandanschluss gemeldet.

Auch im sechsten Jahr der iEX war der mit Abstand führende ISP **Bluewin** wieder dabei. Der diesjährige Auftritt stand dabei ganz im Zeichen von ADSL, der schnellen Internet-Anbindung. Am futuristischen Stand wurden den Besuchern verschiedene ADSL-Angebote und ein erster Breitband-Content präsentiert. Dazu standen auf einer Standfläche von 300 m² zehn PC-Stationen für das ADSL-Surferlebnis bereit. Zusätzlich war Bluewin am Stand der Netzwoche für die Medienplanung auf dem Bluewin-Portal vertreten.

Bis zu 36mal schnelleres Internet-Surfen, keine Telefonkosten und hohe Verfügbarkeit: Mit dem ADSL-Angebot BroadWay kann der Internet-Nutzer bei Bluewin während 24 Stunden unlimitiert im Internet surfen. Es entstehen keine separaten Verbindungskosten. Die ADSL-Technologie bietet einen schnellen Verbindungsaufbau (rund zwei Sekunden) und erhöht die Übertragungskapazität der herkömmlichen Kupferleitungen massiv. Den Surferinnen und Surfern ste-

hen zurzeit vier Angebote von BroadWay ADSL 256 bis zu BroadWay ADSL 2048 zur Auswahl. Wer sich bis Ende Februar 2002 für einen Breitbandanschluss anmeldet, kann gleich doppelt profitieren: Sämtlichen Neuabonnenten werden die Aufschaltgebühr von 149 Franken und die Grundgebühr für den ersten Monat erlassen. Last but not least: Die ersten hundert Messebesucher, die sich vor Ort für einen ADSL-Anschluss entschieden, konnten zusätzlich ihren Liebsten gratis einen Valentinsstraus von Fleurop im Wert von 69 Franken verschicken. Bluewin-ADSL-BroadWay-Abonnenten können sich unter der Homepage: www.stream-it.ch im Rahmen eines Feldversuchs anmelden und von einer grossen Auswahl von TV-Programmen, Videofilmen und Live-Events profitieren, wann immer sie wollen. Der kostenpflichtige Feldversuch ist in einer ersten Phase auf Zürich, Basel und Genf konzentriert. Die Angebote aus der Bluewin-Mediothek, wie Filme, Dokumentationen oder Live-Events, sind in VHS-vergleich-

Bild 14. Futuristischer Stand bei Bluewin.



barer Qualität. Der Privatbenutzer benötigt dazu weder eine Satellitenschüssel noch einen Kabelanschluss, sondern lediglich eine Telefonleitung und einen ADSL-Anschluss.

Voice over IP (VoIP)

Wer heute im Internet-Markt bestehen will, muss die Kosten niedrig halten und im täglichen Kampf um neue Kunden über Serviceleistungen verfügen, die sich von den Mitbewerbern abheben. Der Einsatz von IT-Systemen und neuen Technologien, wie die IP-Telefonie, welche die Unternehmen bei der Bewältigung dieser Herausforderungen unterstützt, ist daher eine Möglichkeit dazu. Gemäss der International Telecommunications Union (ITU) wurden bereits im Jahr 2000 rund vier Milliarden grenzüberschreitende Gesprächsminuten über Internet oder Intranets geführt. Die Tendenz ist weiter steigend.

Die beim Einsatz der IP-Telefonie entstehende Konvergenz (ein Internet-Protokoll, IP, eine Infrastruktur und eine Betriebsmannschaft) hilft darüber hinaus Kosten zu sparen. Kostenvorteile gegenüber herkömmlichen Telefonie-Lösungen ergeben sich vor allem bei der Verkabelung. Der Arbeitsplatz braucht statt zwei physikalisch getrennte Verkabelungen für den LAN- und Telefonanschluss nur noch einen Anschluss. Interne Telefongespräche – auch zwischen zwei Firmenstandorten – verursachen bei geschickt gewählter Infrastruktur keine Zusatzkosten. Neben niedrigeren Infrastrukturkosten ist der verbesserte Kundenservice

Bild 15. VoIP-Lösungen von Cisco im AVVID-Truck.



ein gewichtiger Vorteil der IP-Telefonie. Bei Call Centers und CRM-Anwendungen ist VoIP darum nicht mehr wegzudenken.

Beim grössten Schweizer Cisco-Distributor Getronics und im Cisco-Truck konnte man sich dann von den Vorteilen der VoIP-Lösung basierend auf dem Cisco Call Manager überzeugen. Dort konnte live miterlebt werden, wie bei einem eingehenden Telefonanruf eine Meldung, beispielsweise im Outlook, mit dem Namen des Anrufers auf dem Bildschirm erschien. Der Call Manager ist Teil von AVVID, einer Architektur für Video und Voice over IP, die ständig um weitere Soft- und Hardwarekomponenten erweitert wird. Dieses Jahr wurde die zunehmende Reife der AVVID-Komponenten deutlich. Sie zeigte sich weniger in einer neuen Hardware, sondern in einer funktional besseren Software, die das Telefonieren in LANs über IP immer komfortabler werden lässt.

Networking and Security

Ein immer wieder diskutiertes Thema bei Wireless LANs (WLANs) ist die Sicherheit des Netzzugangs. Hier bietet die Firma Bluesocket über die applikationsspezifische Absicherung und die konsequente Nutzung der Standards IPsec und Secure Socket Layer (SSL) einen hohen Grad an Sicherheit. Das an der iEX gezeigte Wireless Gateway WG-1000 entfernt die schwachen Sicherheitsmechanismen des offiziellen WLAN-Standards IEEE 802.11b, ist aber auch mit 802.11a und g, ETSI Hyper-LAN2 sowie Bluetooth

Bild 17. OpticalAccess und NBASE-Xyplex – am Stand der Elcoma faszinierten nicht nur die aufgetürmten Black Boxes.

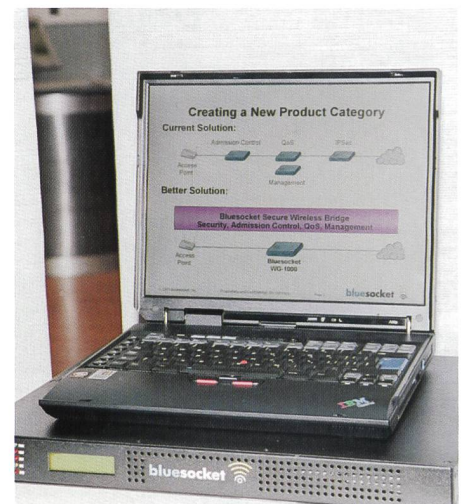


Bild 16. WG-1000 Wireless Gateway zur WLAN-Absicherung von Bluesocket.

kompatibel. Die Philosophie des WG-1000 basiert auf dem Ansatz, gewisse Grundzugriffe für jedermann zuzulassen (wie etwa den gewöhnlichen www-Zugang oder andere öffentliche Informationsdienste), personalisierte Dienste hingegen über die Authentifizierung des Accounts oder optional über eine Verschlüsselung abzusichern. Dieser Ansatz hat vor allem bei der Einrichtung so genannter Hotspots basierend auf WLANs seine Berechtigung. Die Authentifizierung erfolgt je nach Bedarf über Benutzernamen und Passwort, digitale Zertifizierung oder Smartcards. Analog der LAN-Architektur erteilt der IT-Administrator den verschiedenen Benutzergruppen oder einzelnen Personen Zugriffsrechte zu Dokumenten. Die Datenverschlüsselung der Bluesocket-Lösung erfolgt auf Layer 2 und basiert auf PPTP, L2TP oder IPSec. Hinzu kommt das interessante Feature, dass Bandbreiten individuell oder benutzergruppenorientiert zugeteilt werden können. Der Administrator kann den Blueserver über ein browsergeführtes Interface orts- und zeitunabhängig verwalten. Das WG-1000 wird in der Schweiz von der Firma Miracom in Baar für 10 500 Franken vertrieben. Weitere Infos sind auf der Homepage www.miracom.com erhältlich. Die Elcoma, Distributor im Bereich Informationstechnologie und Telekommunikation für Lösungsanbieter und Fachhändler, bestach durch ihr breites Angebot an speziellen Lösungen und Neuheiten rund um die Themen Bandbreite und Sicherheit. Einige Beispiele dafür sind optische Breitbandlösungen, Host- und Token-Ring-Integrationen, super-

schnelle SQL-Datenbanken, Unternehmensreporting und Bluetooth-Lösungen. Als Beispiele des breiten Angebotspektrums der Elcoma mögen hier die Produkte von OpticalAccess und NBASE-Xyplex dienen, die für «next Generation»-Kommunikationslösungen wie Switches, Converter, DWDM und Free Space Optics stehen und den grundlegenden Wandel im Design von Zugangnetzen einleiten wollen. Bei der Integration von LANs, basierend auf Ethernet und Token Ring, helfen die Produkte von Madge Networks (Hubs, Switches and NICs), welche die passende Software zum Management der Netzinfrastruktur im Unternehmen gleich mitliefert. Schliesslich stach noch die FrontRange Solution für ein umfassendes Customer Relationship Management (CRM) «GoldMine» hervor, nach Angaben von Elcoma eine CRM-Software «für alle, die mehr als nur Kontakte verwalten wollen». Mit GoldMine lässt sich die gesamte Kundenkommunikation erfassen, analysieren und für Verkaufsprognosen nutzen.

Fazit

Bei der iEX 2002 fiel einmal mehr die vorbildliche Organisation der Messe mit einem freundlichen Empfang im Pressebüro, der vorbildlichen Betreuung und der Bereitstellung umfangreicher Informationen rund um die Aussteller und deren Angebote auf. Dies gilt nicht nur für Journalisten, sondern auch für die Besucher. So freute sich beispielsweise eine Mutter mit Baby über den abgetrennten Raum mit Wickeltisch im Untergeschoss der Messe, wo auch behindertengerechte WCs zu finden waren. In Halle 3 konnten Journalisten auf das Internet zugreifen oder ihre Mailboxen im Büro mit Messeberichten speisen – wenn das ISDN am Stand nur funktioniert hätte. Zu gefallen wusste die klare Struktur der Ausstellung und die gut sichtbare Nummerierung der Stände. Störend hingegen waren die begrenzten Transportkapazitäten der zwei Lifte und der Rolltreppen (nur eine pro Richtung), von denen eine gleich am ersten Tag prompt den Dienst versagte. Als ange-

nehm erwies sich, dass die drei Tage nicht so von Lärm und Showeffekten gefüllt waren, wie man es von vielen anderen Messen gewohnt ist. So blieb auch Zeit für Begegnung und Diskussionen – nicht zuletzt dank der im Vergleich zum Vorjahr tieferen Besucherzahl. Auf diese Weise hatte die vielfach zitierte IT-Krise sogar etwas Positives an sich. Man darf schon heute neugierig auf das nächste Jahr sein. 12

Rüdiger Sellin, Dipl.-Ing., ist PR-Manager bei den Portal Services von Swisscom Mobile. Davor war er unter anderem als Senior Consultant, Product Manager und Systems Engineer bei verschiedenen Telco- und IT-Firmen beschäftigt. Seit 1992 ist er ausserdem als Publizist, Trainer und Berater für verschiedene Firmen aus den Gebieten Telekommunikation und angewandte Informatik tätig.

Das global verfügbare Netzwerk

« LAN-I over Frame Relay »

Beim LAN-I over Frame Relay Service handelt es sich um die Verbindung geografisch getrennter lokaler Netzwerke (Local Area Network LAN) über den Frame Relay Backbone. Swisscom Enterprise Solutions bietet in Zusammenarbeit mit ihrem Partner Infonet den Service weltweit in über sechzig Ländern an. LAN-I over Frame Relay ist eine ideale Geschäftskundenlösung zur Vernetzung verschiedener Standorte zu einem attraktiven Preis-Leistungs-Verhältnis.

Der LAN-Interconnect over Frame Relay Service versetzt Unternehmen in die Lage, alle lokalen Netzwerke zu einer einzigen unternehmensweiten Kommunikationsinfrastruktur zu verbinden. Dank der Zusammenarbeit mit Infonet, dem Partner für globale Konnektivität, ist es Swisscom Enterprise Solutions möglich, LAN-I over Frame Relay rund um den Erdball in über sechzig Ländern anzubieten und Unternehmen weltweit zu vernetzen. Für Geschäfts-

kunden, die den Hauptanteil ihrer Standorte in der Schweiz betreiben, aber auch ihre Filialen im Ausland vernetzen möchten, bietet Swisscom Enterprise Solutions somit eine optimale Lösung. Die Standorte im Ausland können problemlos in den LAN-Interconnect Service integriert und Bestandteil des Netzwerks werden. Der Service wird vollständig durch Swisscom Enterprise Solutions überwacht, betrieben und gewartet. Dadurch entfallen Kosten für spezialisiertes Personal und

dessen Ausbildung für Überwachung und Betrieb der Router. LAN-I over Frame Relay basiert auf bewährter Technologie: Frame Relay bringt eine sehr hohe Netzverfügbarkeit und viele Optionen. Die hohe Qualität des Service erlaubt es, ein SLA (Service Level Agreement) anzubieten. Zudem stehen verschiedene Support Level zur Verfügung. Mittels Insight Services (Homepage: www.swisscom.com/insight) kann beispielsweise anhand von webbasierten Statistiken (SLA, Berichte über Datenverkehr, Trouble Tickets) jederzeit der Zustand des privaten Netzes ersehen werden. 6

Informationen
Tel. 0800 800 900
Homepage: www.swisscom.com/enterprise-solutions

Wohin geht die Internet- Branche?

Der mobile Zugang zum Internet gewinnt an Attraktivität.

Als grosse Themen an der iEX Internet Expo 2002 galten mobile und drahtlose Internet-Anwendungen (Stichwort Wireless), die Integration von klassischer IT und Internet, Sicherheitslösungen und Multi-Channel-Webstrategien. Wohin sich die IT-Technologien entwickeln werden und welche Trends in der nächsten Zukunft zu erwarten sind, dazu haben sich zehn Persönlichkeiten aus der IT-Branche geäussert.

Wie beurteilen Sie die Märkte für E-Business, Internet-Services und Networking/Security in der Schweiz 2002?

Angelo Buscemi, Sales Director Switzerland, Day Software: Der E-Business-Markt in der Schweiz wird weiter wachsen. Hauptthema wird die Integration des E-Business ins Kerngeschäft von Unternehmen sein. Dabei geht es nicht um weitere zusätzliche Insellösungen, sondern um strategisches E-Business. Darüber

hinaus wird sich der E-Business-Markt weiter konsolidieren. Der Aufschwung wird voraussichtlich Anfang 2. Quartal 2002 beginnen. Auch Internet-Services werden weiter zunehmen. Hier erwarten wir den Aufschwung auch gegen Anfang 2. Quartal 2002. Networking und Security spielen nach wie vor eine wichtige Rolle – insbesondere Security. Hier hat der Aufschwung bereits begonnen als traurige Folge des 11. Septembers.

Roger Rügger, Marketing Manager, Consors (Schweiz): E-Business wird eher stagnieren, einen deutlichen Aufschwung sehe ich erst ab Frühling 2003, abhängig von der weltpolitischen Situation. Das Gleiche gilt für Internet-Services. Security wird hingegen ein grosses Wachstumspotenzial haben.

Dr. Thomas C. Flatt, CEO, Conextrade: Der E-Business-Bereich ist differenziert zu betrachten. Kurzfristig werden jene Software- und Hardwareanbieter einen schweren Stand haben, die ihr Produktportfolio stark auf klassische Internet-Start-ups ausgerichtet haben. Im gleichen Umfang trifft es auch Beratungsunternehmen sowohl im Strategie- als auch im IT-Umfeld, die viele Mandate von Start-ups erhalten und ihre Rekrutierungsplanung danach ausgerichtet ha-

ben. Einen Aufschwung sehe ich dort, wo neue Technologien zur Effizienzsteigerung eingesetzt werden, das heisst mit einem Fokus auf Gewinnmaximierung bzw. Kostensenkung und weniger für rasches Kunden- oder Umsatzwachstum. Dieses Umfeld wird sich nicht vor dem 4. Quartal 2002 wesentlich verändern. Die Internet-Services leiden unter zwei grundsätzlichen Problemen. Erstens ist in vielen Bereichen die kritische Masse noch nicht erreicht, zweitens sind die Anwender von Gratisdienstleistungen verwöhnt. Auch 2002 wird deshalb von einem Konsolidierungs- und Bereinigungsprozess geprägt sein, wobei die Umsatzerwartungen zusätzlich reduziert werden müssen. Übrig bleiben werden Anbieter, die über ausreichende finanzielle Mittel verfügen, um die Talsohle zu durchschreiten und die Kundenbasis auch bei bescheidenen Umsätzen auszubauen. Im B2C-Bereich sind viele umsatzrelevante Services erst mit den Breitband-Technologien sinnvoll und damit abhängig vom Erfolg von ADSL und Kabelmodem. Trotz einem starken Trend in dieser Richtung sind auch hier nur vorsichtig optimistische Prognosen angebracht. Wir rechnen auch hier frühestens Ende 2002, eher Anfang 2003 mit einer Trendumkehr.

Im Bereich Networking werden die klassischen Equipment-Anbieter keine rasche Erholung erleben. Viele Vorinvestitionen wurden bereits getätigt, und wir sind heute etwa im Backbone-Bereich mit einer klaren Überkapazität konfrontiert. Anders sieht es mit Security-Lösungen aus. Infrastruktur und Basisdienste der Kommunikation sind vorhanden und günstig verfügbar, nun werden zunehmend sensitive Daten und Geschäftsprozesse auf den Netzen abgebildet. Besonders bei der engeren Verflechtung von internen mit öffentlichen Netzen gewinnen Security-Lösungen an Bedeutung. Anbieter solcher Lösungen werden 2002 ein überproportionales Wachstum im Vergleich zur Gesamtbranche aufweisen.

Dr. ing. Artur P. Schmidt, Communication Director, aseantic: Der Zwang zu Produktivitätsfortschritten in den Unternehmen wird bis spätestens Mitte 2002 zu einem deutlichen Aufschwung im E-Business-Markt führen. Ein besonders grosses Entwicklungspotenzial wird in Technologien liegen, die digitale Assets von Unternehmen besser nutzen und somit den Return on Knowledge erhöhen.

Internet-Services befinden sich derzeit in einer Phase der Marktberreinigung. Es wird hier eine weitere Konsolidierung der Anbieter geben, Wachstum wird sich vor allem durch spezielle Mehrwertdienste erzielen lassen. Ein Aufschwung ist für die 2. Jahreshälfte 2002 zu erwarten. Der Markt für Networking und Security wird immer mehr zu einem Schlüsselmarkt avancieren. Für dieses Segment gewinnt vor allem die Frage des IT-Outsourcing an Bedeutung.

Dr. Markus Hinnen, Country Marketing Manager, Hewlett-Packard (Schweiz):

Der E-Business-Markt ist in der Schweiz nach wie vor intakt. Das Ganze wird jedoch auf kleinerem Feuer gekocht und konzentriert sich hauptsächlich auf die Anpassungen und Erweiterungen der IT-Infrastrukturen und weniger auf spektakuläre Umsetzungen von neuen Business-Modellen. Ein deutlicher Aufschwung ist schwer im Voraus zu deuten. Ich denke, das hängt stark von der allgemeinen Wirtschaftskonjunktur ab.

Internet-Services stehen nach wie vor am Anfang der ganzen Entwicklung. Hier besteht noch ein riesiges Potenzial. Die Mobilkommunikation spielt dabei eine wesentliche Rolle, einerseits in Bezug auf die technologische Infrastruktur und andererseits in deren Verbreitung. Die Telekommunikationsindustrie wird mit ihren Investitionsentscheidungen wesentlich den Aufschwung der Internet-Services beeinflussen.

Security hat mit den kürzlichen Ereignissen einen ganz neuen Stellenwert erlangt. Auch wenn die entsprechenden Technologien vorhanden sind, fehlt oftmals das notwendige Know-how für deren Implementierung. Der Markt wird hier hauptsächlich durch die begrenzten Ressourcen eingeschränkt, umso mehr es sich oftmals um komplexe Projekte handelt.

Grundsätzlich gilt: Die Wachstumsphase des Internets ist noch lange nicht zu Ende. Der Hype ist zwar weg, zurück bleibt aber eine Branche, die erwachsen wurde und sich, wie viele andere Industrien, im gesamten Wirtschaftskontext behaupten muss. Es wird ihr gelingen, und sie wird weiterhin die Quelle neuer Ideen für die gesamte Wirtschaft bleiben.

Udo Jung, CDO, Pixelpark (Schweiz): Der E-Business-Markt ist derzeit geprägt von grosser Unsicherheit bei den Auf-

traggebern und den Leistungserbringern. Der Bedarf an qualifizierter Beratung ist deshalb heute grösser denn je. Auf der anderen Seite haben gerade die Misserfolge der klassischen Beratungsdienstleister im E-Business-Umfeld dem Markt sehr stark geschadet. Trotzdem erleben wir derzeit eine deutliche Zunahme von Aufträgen im Bereich Strategieberatung für E-Business. Dies ist ein Frühindikator für kommende Realisierungsprojekte. Für 2002 geht es da vor allem um die Anwendungsbereiche Beschaffung/Leistungserbringung und produktbezogene Geschäftsprozesse. Für Projekte mit Schwerpunkt Kostensenkung und Optimierung/Automatisierung von Prozessen rechnen wir mit einem markanten Anstieg des Auftragsvolumens im 2. Quartal, für Projekte im Umfeld Marketing und Kommunikation ab 3./4. Quartal. Bezüglich Internet-Services ist die Schweiz ein Markt mit einer hohen Akzeptanz und überdurchschnittlichen Nutzung des Mediums Internet. Trotzdem sind die absoluten Nutzerzahlen natürlich relativ bescheiden und damit für grosse internationale Anbieter nicht so attraktiv wie andere Märkte, sodass die Entwicklung des Internet-Servicesmarkts zwar insgesamt mittelfristig positiv bewertet werden kann, aber nie mehr Wachstumsraten wie in den vergangenen Jahren erleben wird. Im Markt für Networking und Security wird besonders das Sicherheitssegment mit dem Bewusstsein um mögliche Risiken in naher Zukunft stark wachsen. Ausserdem sehen wir eine stetige Zunahme des Verhältnisses von Transaktions-Services im Vergleich zu reinen Informationsdiensten. Auch hier ist der Bedarf an Transaktionssicherheit eindeutig wachsend.

Roger Staub, Sales & Marketing Manager, Mitglied der GL, SQL AG:

Das E-Business-Jahr 2002 wird grosse Schwankungen durchlaufen. Neben einer Ernüchterung vieler Firmen über ihre E-Commerce-Abenteuer spielen Emotionen im Markt eine wichtige Rolle, die vom aktuellen Weltgeschehen beeinflusst werden. Generell werden die E-Business-Visionen nüchternen und klaren E-Business-Strategien weichen. Gefragt sind Firmen und Produkte, die klare Strategien verfolgen und auch «emotionale Sicherheit» vermitteln können. Einen eigentlichen E-Aufschwung erwarten wir erst gegen Ende 2002.

Das Internet für den kommerziellen Business-to-Business-Markt konnte sich auch in diesem Jahr nicht wie vorgesehen entwickeln. Hier verstecken sich hinter professionellen Internet-Tools viele kostengünstige Tools, die in komplexe Umgebungen eingebaut wurden. Die Erwartungen – nicht an die einzelnen Tools, sondern an die Lösungen – waren enorm und konnten so in den wenigsten Fällen befriedigt werden. Zurzeit findet der Markt wieder zurück zu komplexen Software-Technologien und deren Anbietern.

Networking und Security werden im kommenden Jahr einen dezenten Aufschwung erleben. Viele Unternehmen bieten geeignete Lösungen an, aber die Unternehmen müssen sehr vorsichtig vorgehen. Networking und Security sind Themen, wo jeder alles hat, jeder alles kann und viele bereit sind, Investitionen zu tätigen. Aber nur wenige sind in der Lage, die Bedürfnisse richtig zu erkennen. Dieser Markt ist sehr partnerschaftsorientiert, das heisst, es braucht gegenseitiges Vertrauen und Zeit. Der Aufschwung hat hier bereits begonnen und er wird sich im 1. Quartal 2002 noch verstärken.

Peter Hofmann, Unisys E-Business Leader, Unisys (Schweiz):

Im E-Business spüren wir jetzt einen einsetzenden Aufschwung für die Bereiche CRM, Security, Business Process Solutions, Enterprise Application Integration, E-Government und bei Lösungen für die Beschaffungslogistik.

Bei den Internet-Services stellen wir eine Sättigung fest. Fraglich ist auch, was noch kommt. Ich denke dabei an die Diskussion um ein eventuelles Zusammengehen von Swisscom und Cablecom.

Im Markt für Networking und Security stellen wir bereits seit diesem Jahr einen Aufschwung fest. In der Schweiz konnte Unisys ein grosses Projekt für die Credit Suisse Group im Bereich Public Key Infrastructure realisieren. Auch weltweit sind wir mit unseren Sicherheitslösungen ein gefragter Ansprechpartner.

Deborah Bucher, Corporate Communications, Bluewin: Der E-Commerce-Markt hat sich im laufenden Jahr weit unter den Erwartungen entwickelt. Die erhofften Marktpulse blieben aus. Der Markt bleibt nach unserer Einschätzung auch weiterhin schwach.

Der Markt für Internet-Services ist zurzeit zwar eher zurückhaltend, wir sind jedoch überzeugt, dass sich dies in zwei, drei Jahren gegenteilig entwickeln wird. Internet-Services haben ein grosses Potenzial.

Hansruedi Kuster, Leiter Marketing, SAP (Schweiz): Der E-Business-Markt in der Schweiz prosperiert stärker als viele Marktauguren in der Presse und in ihren Marktaussagen aufzeigen. SAP versteht unter E-Business die Zusammenführung der Geschäftsprozesse von Lieferanten, Partnern und Kunden über das Internet. Supply Chain Management, E-Procurement, Internet-Shops oder Customer Relationship Management sind E-Business-Lösungen, für die bereits 2001 eine erfreuliche Nachfrage vorhanden war. Diese Nachfrage wird sich 2002 sicher kontinuierlich weiter steigern. Einen echten Marktdurchbruch erwarten wir 2002 im Umfeld von Enterprise Portals. Zusätzlich versprechen Technologielösungen wie E-Application-Integration und Supply Relationship Management interessante Marktmöglichkeiten.

Worauf sollten die Internet-Verantwortlichen 2002 besonders achten?

Angelo Buscemi: Auf die Offenheit, Flexibilität, Skalierbarkeit und die Wartungskosten einer E-Business-Lösung. E-Business ist als strategische und ganzheitliche Aufgabe zu betrachten.

Roger Rüeegg: Auf die Kundenbedürfnisse.

Dr. Thomas C. Flatt: Wir konnten in den letzten drei Jahren eine fast schon übermütige Investitionsstimmung beobachten. Dabei wurden klassische Entscheidungskriterien unter dem Label «New Economy» einfach über Bord geworfen. Nun besteht die Gefahr, in ein gegenteiliges, ebenso falsches Extrem zu verfallen, sämtliche innovativen Projekte zu stoppen und damit langfristige Wettbewerbsvorteile zu verschenken. Im gleichen Mass, wie kurzfristig das Internet überschätzt wurde, wird die langfristige Bedeutung nach wie vor unterschätzt.

Die Internet-Verantwortlichen sollten sich auf wenige, aber strategisch für ihr Unternehmen bedeutende Investitionen fokussieren. Dies bedeutet, dass die neuen

Technologien nicht mehr als Diversifikationsstrategie durch die Hintertür, sondern als langfristige Investition im Rahmen des strategischen Kerngeschäfts betrachtet und auch als solche bewertet werden müssen.

Dr.-Ing. Artur P. Schmidt: Partnerschaften sollten heute langfristig angelegt werden. Es wird sich auszahlen, auf IT-Dienstleister und Web-Agenturen mit einer grossen Erfahrung zu setzen.

Dr. Markus Hinnen: Mit dem Ende der Euphorie ist der Erfolgsdruck auf Internet-Projekte stark gewachsen. Es genügt nicht mehr, wenn tolle Businesspläne vorgelegt werden, vielmehr sind belegbare ROI-Rechnungen gefragt. Solche Projekte können nur realisiert werden, wenn man sich auf die eigenen Stärken konzentriert und die bestehenden Infrastrukturen voll mit einbezieht. Innovative Ideen mit bestehenden Business-Modellen zu verheiraten, das wird hier der Schlüssel zum Erfolg sein.

Udo Jung: Der Markt erlebt eine Bereinigung sowohl auf der Seite der Technologie-Anbieter wie auch auf der Seite der Dienstleister. Das Thema Investitionssicherheit wird deshalb sehr wichtig sein. Information wird der wichtigste Erfolgsfaktor der vernetzten Wirtschaft von morgen sein. Nicht die technisch hochstehenden Transaktionsplattformen werden über den Erfolg eines Unternehmens entscheiden, sondern die Fähigkeit, alle Entscheidungen des E-Consumers mit Hilfe der IT-Technologie abzuschliessen. Die vernetzte Wirtschaft braucht ebenso vernetzte positionierte Lösungsanbieter.

Roger Staub: Das Internet ist keine klassische Beziehungswelt. Wir alle müssen sehr vorsichtig sein, wie mit der einzelnen Person im Internet umgegangen wird. Viele Strategien definieren den Weg zu guten Kundenbeziehungen. Doch wo bleibt die Strategie zur Partnerschaft mit dem Lieferanten? Es ist wichtig, den Lieferanten bereits bei der Konzeption im Internet oder der Infrastruktur einzubinden. Der Lieferant ist der Spezialist für seine Leistung, die er auf dem Markt anbietet.

Peter Hofmann: Drei Dinge braucht der Internet-Verantwortliche: Prozesse, Sicherheit und Projektqualität. Die Erfolgs-

faktoren für E-Business-Lösungen werden in Zukunft Integration, Verfügbarkeit und Wartbarkeit sein.

Hansruedi Kuster: Nach der Dotcom-Euphorie und dem kläglichen Absturz vieler Highflyers haben alte Tugenden wie Kompetenz, Termintreue und Vertrauenswürdigkeit wieder einen hohen Stellenwert bei der Auswahl des E-Business-Lieferanten. Zusätzlich wird 2002 sicher ein wesentlich höheres Augenmerk auf die Integrationsfähigkeit von neuen Lösungen in die existierende IT-Umwelt gelegt. Im Weiteren werden Internet-Verantwortliche darauf achten, dass ihre E-Business-Plattform so skalierbar, flexibel und offen ist, dass sie auch morgen mit dem geplanten Unternehmenserfolg mithalten kann.

In welchen Branchen werden 2002 die meisten Investitionen getätigt werden?

Roger Rüegger: Im Sicherheitsbereich.

Dr. Thomas C. Flatt: Weiter investieren werden Unternehmen aus dem Finanzsektor, das heisst Banken und Versicherungen, deren Dienstleistung das Geschäft mit der Information ist und die ihr Kerngeschäft (besonders bei sinkenden Margen im Retail-Geschäft) sichern müssen und werden.

Auch der Handel wird seine Internet-Präsenz weiter ausbauen, wobei wir hier eine klassische Mischstrategie aus konventionellem Point of Sale und Web-Präsenz sehen werden.

In der produzierenden Industrie wird das Hauptaugenmerk auf der Kostensenkung durch Effizienzsteigerung in der Supply Chain liegen. Auch hier werden zunehmend proprietäre Lösungen um webbasierte Technologien ergänzt. Grundsätzlich werden die Entscheide für Investitionen in Internet-Lösungen in Zukunft strenger unter die Lupe genommen, wobei zwei Hauptkriterien im Vordergrund stehen: Sichern der existierenden Kundenbasis (CRM, alternativer Vertriebsweg) und Kostenreduktion durch Prozessoptimierung.

Dr. Markus Hinnen: Im Gegensatz zur Vergangenheit sehen wir für 2002 in Bezug auf IT-Investitionen keine führende Branche. Dienstleistungsunternehmen werden unserer Ansicht nach jedoch die Nase in Bezug auf Wachstum etwas

vorne haben. Dies resultiert vor allem daraus, dass hier am meisten Nachholbedarf und Optimierungspotenzial vorhanden ist. Hauptsächlich geht es dabei um die Vernetzung verschiedener Unternehmen (B2B) sowohl auf der Lieferanten- wie auch auf der Kundenseite.

Udo Jung: Das Investitionsvolumen im Finanzbereich wird weiterhin auf hohem Niveau bleiben, mit einem Schwerpunkt auf der Betreuung und Beratung von Kunden und nicht so sehr im Umfeld Transaktionsplattformen.

Allgemein ist der Anteil von Produktivitätswerkzeugen und Kosten sparenden Technologien im After-Sales-Bereich erstaunlich gering. Hier liegt für die Unternehmen ein grosses Potenzial an möglichen Optimierungen im Hinblick auf Kosten, Effizienz und Qualität.

Peter Hofmann: Das hängt vom Thema ab. Spitzenreiter werden generell aber die öffentliche Hand und Finanzdienstleister sein, gefolgt vom Handel und der Telekommunikation.

Deborah Bucher: Im Telecom-Bereich für Netztechnologien (Glasfaser, Koaxialkabel usw.) und in allen Security-Märkten. 1, 12

Interviewpartner

Angelo Buscemi, Sales Director Switzerland, Day Software

Roger Rüegger, Marketing Manager, Consors (Schweiz)

Dr. Thomas C. Flatt, CEO, Conextrade

Dr. Ing. Artur P. Schmidt, Communication Director, aseantic

Dr. Markus Hinnen, Country Marketing Manager, Hewlett-Packard (Schweiz)

Udo Jung, CDO, Pixelpark (Schweiz)

Roger Staub, Sales & Marketing Manager, Mitglied der GL, SQL

Peter Hofmann, Unisys E-Business Leader, Unisys (Schweiz)

Deborah Bucher, Corporate Communications, Bluewin

Hansruedi Kuster, Leiter Marketing, SAP (Schweiz)

Summary

In which Direction is the Internet Sector heading?

Key themes at iEX Internet Expo 2002 were mobile and wireless Internet applications, integration of classic IT and Internet, security solutions and multi-channel web strategies. Ten leading figures from the IT sector voiced their predictions as to how IT technologies will develop and which trends will dominate the immediate future.

Bricks, Clicks und Services

Die neuen Handels- und Kundenstrategien im Web waren ein zentrales Thema an der iEX.

In der Schweiz wird, wie Marktstudien belegen, ungebrochen in die betriebliche Nutzung des Internets investiert. Ungeachtet teils spektakulärer Pleiten früherer Web-Projekte entwickeln sich E-Commerce und E-Government kräftig weiter. Die neuen Handels- und Kundenstrategien im Web waren ein zentrales Thema an der iEX Internet Expo 2002 in Zürich.

Die Zahl der Internet-Nutzer steigt in der Schweiz munter weiter: Die neuesten Zahlen der WEMF (AG für Werbemedienforschung) belegen, dass sich bereits annähernd die Hälfte der Schweizer Bevölkerung regelmässig im Netz der Netze tummelt. 60% davon haben Erfahrung mit E-Commerce. In einer neuen Studie des Instituts für Wirtschaftsinformatik der Universität Bern nutzen zudem bereits alle befragten Unternehmen mit mehr als 100 Mitarbeitern das Internet aktiv. Sogar bei den Firmen mit fünf bis neun Mitarbeitern, die insgesamt die geringste Internet-Nutzung aufweisen, sind es immerhin noch 73%. Zumindest in Europa ist die Schweiz damit auf dem Sprung, einen Spitzenplatz einzunehmen. Zweierlei ist indes heute klar geworden: Hinter der kommerziellen Nutzung des Internets steht mehr als ein bisschen HTML-Code und ein Server. E-Commerce

verlangt neben einer schlagkräftigen E-Business-Mannschaft vor allem auch eine starke Logistikorganisation, um die Kundenwünsche einzulösen. Zudem kommen die traditionellen ERP-Informationssysteme zu neuen Ehren, denn die Unternehmen müssen die Wünsche und Bedürfnisse ihrer Kunden kennen. Um Käufer und Interessenten bei der Stange zu halten, muss man in der Lage sein, Angebote und Kundeninformationen zu personalisieren. Diese Lektion mussten viele Unternehmen erst lernen.

Multichannel-Strategie als Erfolgsgeheimnis

Die teilweise schmerzhaften Erfahrungen mit früheren E-Commerce-Projekten haben nun zu einer realistischeren und damit langfristig aussichtsreicheren Betrachtung des Internet-Einsatzes im Handel geführt. So werden heute die Vorteile der Filialsysteme konventioneller Detail-

händler – eingespielte Logistik, Kundenkontakte, Branchenkenntnis – neu entdeckt, um sie mit den Stärken der Internet-Anbieter – Technologiekenntnisse, Innovationskraft, Schnelligkeit, grosse Reichweite – zu paaren. Was dabei entstand, bezeichnen die Amerikaner als «Bricks and Clicks» oder etwas euphorisch als Verschmelzung von «Old» und «New Economy».

Jedenfalls haben die Unternehmen gemerkt, dass mehr Kunden als angenommen trotz Informationen im Netz nicht auf eine persönliche Beratung verzichten wollen. Das gilt ganz besonders dort, wo die Vertrauensbasis für das Geschäft entscheidend ist. So mussten die reinen Internet-Projekte der Banken Bär und Vontobel aufgegeben werden. Die Grossbanken hingegen verbinden ihre Internet-Plattformen erfolgreich mit den vorhandenen Filialen. Ähnliches gilt für den elektronischen Detailhandel. Das Rezept heisst Multi-Channel-Strategie und gilt im gesamten Endkundenbereich immer mehr als das einzig Erfolg Versprechende.

Zudem müssen die Websites einfach sein: Das Marktforschungsunternehmen IDC untersuchte in seinem «eWorld

2001 Survey» die Gründe, weshalb die Online-Umsätze bei manchen Firmen sprudeln, bei anderen hingegen eher vor sich hin plätschern. Das Fazit: Je einfacher die Funktionen auf einer Site sind, je mehr sich der Kunde dort «zu Hause» fühlt und je einfacher die Bezahlung funktioniert, desto höher sind die Umsätze.

Dass die Schweizer in dieser Beziehung nicht schlecht dastehen, beweist der gesamteuropäische E-Shop-Award des Gottlieb-Duttweiler-Instituts, der 2002 zum dritten Mal vergeben wird.

B2B: Konsolidierung bei den Marktplätzen

Eine Wandlung durchläuft auch der Business-to-Business-Bereich, wo nach der ersten Euphorie mehr und mehr Marktplätze in Schwierigkeiten gerieten. Zwar macht die direkte Verbindung von Firmenkunden und Lieferanten im Internet nach wie vor sehr viel Sinn. Nach Meinung der Marktforscher werden gleichwohl von den derzeit etwa 1000 Internet-Marktplätzen in den USA bis 2005 weniger als ein Viertel überleben.

Ein Beispiel aus unseren Breiten ist das KMU-Internetportal Plenaxx, das nur gerade sechs Monate nach seinem Start wieder schliessen musste. Die Begeisterung bei den angepeilten Unternehmen hielt sich in Grenzen. Der hohe Fixkostenanteil und die eher dürftige Funktionalität konnten die Erwartungen nicht erfüllen. Da halfen auch die starken Finanzpartner aus der Schweizer Wirtschaft wenig.

Mit dieser Huhn-und-Ei-Problematik sind die meisten elektronischen Marktplätze in ihrer ersten Entwicklungsphase konfrontiert, wie Diana Rätz, wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Wirtschaftsinformatik der Uni Bern, kürzlich in der NZZ ausführte: «Einerseits müssen die B2B-Märkte beweisen, dass sie einen wirtschaftlichen Wert schaffen. Die Voraussetzung dazu ist ein hohes Transaktionsvolumen. Dieses kann jedoch nur erreicht werden, wenn sowohl Anbieter als auch Nachfrager bereit sind, in die Integration ihrer Systeme und Prozessanpassungen zu investieren. Ohne Hoffnung auf wirtschaftliche Vorteile wird sich aber niemand engagieren. Und dem steht in der Anfangsphase wiederum die kleine Beteiligung entgegen.»

Die Gründer vertikaler Marktplätze können deshalb mit umso mehr Erfolg rechnen, je gewichtiger ihr Einfluss auf die

Marktsituation (etwa durch eigene Nachfrage in entsprechender Grösse) und je grösser ihre Branchenkenntnis ist. Bezeichnenderweise sind es denn auch sehr oft Industriekonsortien, welche die Marktplätze aufbauen.

Das Thema dürfte noch an Bedeutung gewinnen. Laut Forrester Research ist die Zahl der Organisationen, die mit ihren Lieferanten über das Internet zusammenarbeiten, allein im dritten Quartal 2001 von 43,6 auf 49,5% gestiegen. Immer mehr werden sich die Marktplätze allerdings von eigenständigen Organisationen zu einem ins Unternehmen integrierten Gebilde entwickeln. So meint Bruce Temkin von Forrester Research: «Wir beobachten bei den Online-Aktivitäten das Aufkommen einer zweiten Welle, wo die Käufer ihr Verhältnis zu den Lieferanten über das Netz neu definieren.» Der digitale Marktplatz entwickelt sich zu einem Angelpunkt für die gesamten Material-, Informations- und Finanzflüsse des Unternehmens.

Gemeinden gehen online

Und was in der Wirtschaft erfolgreich ist, macht vor der Politik nicht halt. Unter dem Stichwort «New Public Management» bekommt der Kundendienst bei den öffentlichen Institutionen einen neuen Stellenwert. Von den Gemeinden wird verlangt, alles Beamtengehabe zu vergessen, auf die Bürger zuzugehen und die Türen jederzeit offen zu halten. Das Internet bietet sich dafür als ideales Instrument an.

E-Government, wie der Kontakt zwischen Staat und Bürger über das Internet genannt wird, hat das Ziel, den Verkehr mit den Behörden ähnlich direkt zu gestalten wie etwa mit den Banken beim Online-Banking. So können nicht zuletzt auch die Verwaltungsabläufe vereinfacht werden.

Dabei stehen die Ansprüche sowohl der Bürger wie der Gemeinden an eine Website nicht hinter dem kommerziellen Bereich zurück: Die Anwender erwarten einen aktuellen, grafisch ansprechenden Auftritt. Die Gemeinde hingegen möchte mit interaktiven Angeboten und Transaktionen für ihre Einwohner einen auch ausserhalb der Bürozeiten offenen Online-Schalter führen.

In der Praxis gibt es allerdings bisher erhebliche Unterschiede. Manchmal können bloss Papierformulare bestellt werden. Ein Online-Schalter sollte aber wohl zumindest das Herunterladen von For-

mularen und das Online-Ausfüllen erlauben. Mit anderen Worten, auch hier sind Schnittstellen gefordert, die meist auf XML-Basis direkt in die Verwaltungssysteme hineinführen.

Die Haupthindernisse sind jedoch vorerst juristischer Natur. Bis 2002 sollen die Bundesgesetze über die elektronische Signatur und den elektronischen Geschäftsverkehr in Kraft sein, womit erste gesetzliche Grundlagen für das E-Government geschaffen wären. Doch seit der Einstellung von Swiskey fehlt ein Anbieter für elektronische Zertifikate, mit dem sich die Bürger im Verkehr mit Behörden sicher identifizieren können. Die Ausgabe solcher Zertifikate, sei es durch eine private Organisation oder durch eine staatliche Stelle, dürfte die Behörden noch länger beschäftigen. Im Internet wird immerhin seit Anfang Oktober der im Auftrag von Bundesrat Kaspar Villiger erarbeitete Entwurf für die «E-Government-Strategie des Bundes» (Homepage: www.isb.admin.ch/egov) zur Diskussion gestellt.

Unterdessen setzt sich der Trend zum E-Government auf Gemeindeebene fort. Noch vor zwei Jahren lag die Schweiz bezüglich Gemeinde-Sites deutlich hinter den USA und Skandinavien zurück. Heute brauchen manche von ihnen den internationalen Vergleich nicht mehr zu scheuen. Und das ist wohl erst der Anfang. Denn auch politische Online-Information wird erst dann interessant, wenn sie flexibel und gut verlinkt abgerufen werden kann. 1, 12

Summary

E-business 2002: Bricks, Clicks and Services

In Switzerland, market studies show that investment in commercial use of the Internet continues unabated. Notwithstanding the spectacular collapse of earlier Web projects, e-commerce and e-government continue to develop strongly. New commercial and customer strategies on the Web were a central theme at iEX Internet Expo 2002 in Zurich.