

E-Commerce : der treibende Motor

Autor(en): **Sellin, Rüdiger**

Objektyp: **Article**

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

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

Heft 3

PDF erstellt am: **11.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-876527>

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.

E-Commerce – der treibende Motor



Vom 7. bis 9. Februar 2001 wurde in der Messe Zürich zum fünften Mal die Internet-Expo, iEX, durchgeführt. Es waren rund 560 (2000: 400, 1999: 300) Aussteller inklusive der führenden Anbieter im Telekommunikations-, Computer-, Provider-, E-Business- und Web-Agenturmarkt präsent.

Mit einer Nettofläche von rund 18 000 m² und sieben statt vier Ausstellungshallen ist die Schweizer Internet-Fachmesse um über 85% gewachsen.

RÜDIGER SELLIN

iEX plus TeleNetCom

Ein wichtiger Grund dafür ist die Integration der vormaligen Telekommunikationsfachmesse TeleNetCom in die iEX 2001, wodurch sich der Wandel von der Publikums- zur Fachmesse endgültig vollzogen hat. Die iEX 2001 richtete sich klar an Internet-Spezialisten und Unternehmensverantwortliche, die sich über die neusten Produkte und Services für Aufbau und Betrieb von Websites und Intranets sowie über die WAN-Ver-netzung informieren wollten. Durch die Integration der TeleNetCom präsentierten dieses Jahr eine Reihe von Service Providern aus dem Telekommuni-



Bild 1. Der Swisscom-Stand mit den Schwerpunkten Mobilcom, E-Commerce und Enterprise-Solutions (LAN-I, VoIP).

kationssektor ihre Produkte und Dienstleistungen für die Hauptzielgruppe. Auf der iEX 2001 waren wiederum praktisch alle etablierten Anbieter rund um das Internet und die Telekommunikation vertreten:

- 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 Telefon- oder Breitbandkabelnetz (z.B. Swisscom) oder drahtlos via WLL.
- Mobiles Internet (u.a. GSM-Serviceprovider Swisscom).
- Hardwarelieferanten (Sun, Compaq, HP, Cisco – vertreten durch Geotronics).
- Softwarelieferanten (Microsoft, Software AG).
- Zahlreiche Spezialanbieter aus den Bereichen Webpublishing und Content Provisioning.

– Dienstleistungsanbieter rund um das Internet (Training, Consulting, Verlage).

Voice over IP (VoIP)

Neben eher etablierten Firmen bemühten sich eine Reihe kleinerer Anbieter um die Gunst der Besucher. So waren eine Reihe von innovativen Anbietern von Lösungen für Voice over IP (VoIP) an der Messe vertreten, beispielsweise die Global Phone Systems (GPS) AG, welche die neusten Features der bekannten VoIP-Lösung SWYX zeigte. Dabei ist GPS keinesfalls nur Reseller für SWYX, sondern sie integriert auch Eigenentwicklungen in SWYX. SWYX kann sowohl als eigenständige Software-Lösung (Telefonie-Server) als auch als Ergänzung bestehender Telefonanlagen aufgebaut werden, was die Migration zu VoIP erleichtert. Besonders interessant ist die Integration in eine bestehende Microsoft-Office-Umgebung (z.B. Direktwahl aus dem Outlook-Verzeichnis). Daneben gibt es im SWYX-Programm sowohl ein Softphone als auch ein eigenständiges IP-Phone zum Direkt-

anschluss an ein Ethernet-LAN. Alcatel als VoIP-Grossanbieter präsentierte innerhalb der Produktpalette für die Realisierung von Enterprise Networks ihre Omni-Familie, so beispielsweise die OmniPCX 4400, eine UNIX-basierte Sprachkommunikationsplattform mit IP als Universalprotokoll. Neben IP-Telefonen im nahen LAN lassen sich auch abgesetzte IP-Telefone anschliessen, sodass die OmniPCX 4400 im Unternehmen VoIP verteilt anbieten kann. Als Ergänzung dazu dient OmniTouch, das «Web Contact Center für innovative Unternehmen». Bei Geotronics konnte man sich dann noch die Cisco-Lösung für VoIP basierend auf dem Cisco Call Manager, ansehen. Der Call Manager ist Teil von AVVID, eine Architektur für Video und Voice over IP, die ständig um weitere Soft- und Hardwarekomponenten erweitert wird. Insider wussten allerdings zu berichten, dass Cisco die gesamte Fertigung von IP-Phones verkaufen möchte, da diese nicht zum Core Business gehöre.

Hardware- und Software-Systeme

Auf dem Stand von HP konnte man sich ein Bild davon machen, wie HP den «The Dot in the Com»-Marktführer Sun zu konkurrenzieren gedenkt. So arbeitet beispielsweise die wohl erfolgreichste Business Website, Amazon.com, rund achtzehn Monate lang rund um die Uhr auf Basis einer HP-always-on-Infrastruktur. Unterstützt wird Amazon dabei von HP-always-there-services.

In der Schweiz lancieren die Raiffeisen-Banken in wenigen Wochen ihre bereits jetzt viel beachtete E-Banking-Lösung, die auf der im Schweizer HP-Forschungs- und Entwicklungszentrum für E-Banking entwickelten HP-Nimius-Lösung basiert. Auf der anderen Hälfte des HP-Standes präsentierten fünfzehn Lösungspartner das hinter diesen und weiteren E-Projekten stehende Know-how. Bei Sun Microsystems beeindruckte die Themenfülle, die nicht nur auf dem iEX-Stand, sondern auch in der mit Abstand besten Pressemappe der iEX 2001 übersichtlich dargestellt wurde. Gemeinsam mit dreissig, am Stand vertretenen Partnern zeigte Sun, wie man sich für die «Net Economy» fit machen kann. Dabei waren die Themen E-Business, E-Commerce, E-Government und Data Warehouse, aber auch die in diesem Umfeld sehr wichtige Beratung die wichtigsten Themen. Als ein Höhepunkt wurde ein

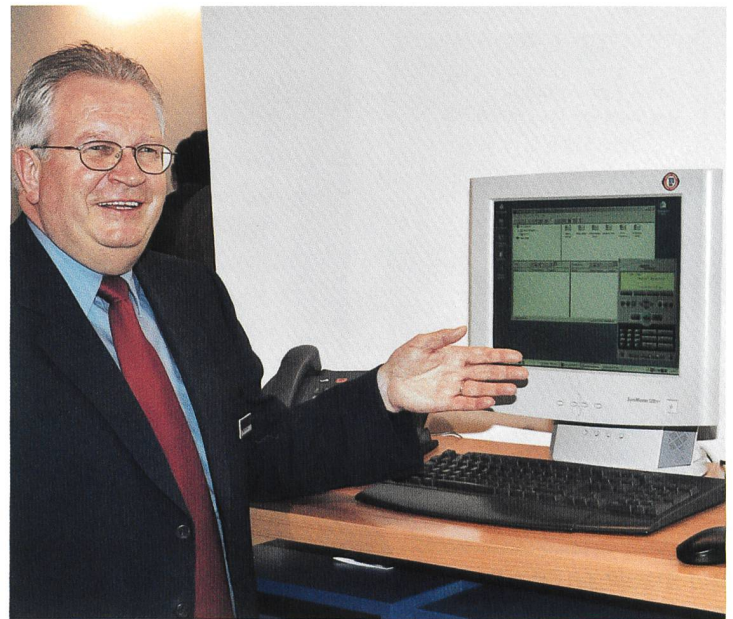


Bild 2. Werner Gielen, Business Line Manager VoIP, Swisscom PBX Services.



Bild 3. Mobiles Internet – das Hauptthema auch bei Ericsson.



Bild 4. Geotronics, der führende Cisco-Reseller.



Bild 5. VoIP am Stand von Global Phone Systems (GPS).



Bild 6. Sun: Trotz «Jini» und «Java»...

komplettes Data Warehouse, basierend auf Sun-Technologie präsentiert, die auf der neuesten Generation von Sun-Prozessoren, dem Ultra Sparc III, aufbaut. Der Konkurrent Compaq versuchte mit den Themen Network Services, Mobile Computing, E-Business-Solutions und der Compay Academy auf sich aufmerksam zu machen.

Bei den Softwarelieferanten stachen vor allem Microsoft und die Software AG heraus. Microsoft präsentierte seine «.net»-Plattform, die Internetanwendungen und -dienste in verschiedene Betriebssystemumgebungen integriert. Dazu gehören neben den eigenen Windows-Systemen die Betriebssysteme UNIX, Solaris, Palm-OS und MAC-OS. Microsoft scheint auch die Bedeutung des XML-Standards (eXtensible Markup Language) erkannt zu haben, denn auf dem brandneuen BizTalk Server 2000 wird neben EDI auch XML unterstützt, was den B2B-Datenaustausch im E-Commerce erheblich vereinfacht. Zur Steigerung des Datendurchsatzes kann BizTalk auch verteilt auf mehreren Servern laufen. BizTalk gehört zur Familie der «.net»-Enterpriseserver, die neben BizTalk auch noch einen SQL-, den bekannten Exchange-, den Applikations-, den Commerce- und weitere Server enthält. Damit lässt sich eine komplette Internet- und E-Commerce-Lösung aufbauen. Unter dem Motto «XML – Where the Future Meets» zeigte die Software AG gleich eine ganze Palette von XML-basierten Produkten, unter anderem die XML-Datenbank Tamino, das Integrationstool X-Node (zur Anbindung relationaler Datenbanken), X-Bridge (Integration von Do-

kumenten aus anderen Anwendungen) und X-Studio (XML-Anwendungsentwicklung). Nach Angaben der Software AG steht der Anbieter damit am Markt als einziger Vollsortimenter im Bereich XML-Tools für kommerzielle Anwendungen aus den Bereichen E-Commerce, Dokumentenmanagement, Electronic Publishing und Supply Chain Management bereit. Der Stand der Software AG fand aber noch aus einem anderen Grund Beachtung: Quer über den Stand hatte man einen riesigen Glaszeppelin als VIP-Empfangszone aufgebaut – ein werbewirksamer Gag. Die Schweizer Internet-Branche befindet sich im Wandel.

Trends in der IT-Branche

Gemäss einer Umfrage der Computer-Branchenzeitung «IT Reseller» unter hundert Ausstellern der iEX2001 nehmen die Tätigkeitsgebiete «Beratung» und «Service Providing» an Bedeutung zu, wobei beim letzteren Hosting mit Application Service Providing (ASP, die Software-Vermietung per Internet) immer wichtiger werden. Auch der massgerechte Verkauf (inkl. Leasing) von Hard- und Software für derartige Applikationen spielt dabei eine wichtige Rolle. Die Umfrage hat auch ergeben, dass sich das stürmische Wachstum von 1999 im letzten Jahr nicht mehr im gleichen Umfang fortgesetzt hat. Im Jahr 2000 lagen nur noch 17% der Umsätze über den Erwartungen (57% im Jahr 1999), wobei das absolute Umsatzwachstum noch 40% betrug (nach 75% in 1999 und 109% in 1998). Die Rendite wird aber von den meisten Anbietern (58%) immerhin mit

gut bezeichnet, bei 15% gar mit sehr gut. Allerdings gaben auch 27% der befragten Firmen an, dass die Rendite nicht befriedigend sei (1999: 25%). Bei den Internetanwendungen im Bereich des E-Commerce setzte sich der Trend zu Business-to-Business-Anwendungen (B2B) weiter fort (83% Umsatzanteil, 1999 noch 78%), während die Applikationen für Business-to-Consumer (B2C) und Internetwerbung weiter an Bedeutung verloren. Generell gaben aber 68% an, dass E-Commerce der treibende Motor der Internetbranche sei. Den zweiten Platz nimmt die Forderung nach Internetsicherheit (47% der Befragten) an, wobei über 50% angaben, dass ihre Kunden übervorsichtig im Umgang mit dem Internet seien, während 16% (Vorjahr 13%) zu sorglos damit umgingen. Bei der Frage nach den brennenden Problemen der Branche kamen vielsagende Facts zum Vorschein:

- Mangelnde Kenntnisse im Topmanagement der Kundenfirmen (55%, Vorjahr 54%).
- Unfähigkeit der Kundenfirmen bei der Umsetzung des bisherigen Businessmodells auf das Web-Business (51%, Vorjahr 61%).
- Fehleinschätzung des Aufwands für die Erstellung von Websites bei den Kundenfirmen (39%, Vorjahr 28%).
- Personalmangel (38%, Vorjahr 52%).

Weitere Nennungen: Schlechtes Börsenklima, dadurch künstliche Geldknappung durch die Banken; Überschätzung des Mobile Commerce, Verwirrung der Kunden bei der Vielzahl der Zugangstechnologien. Die erstaunlichste Meldung kommt aber zum Schluss:



Bild 7. ...bleibt der Verkauf von Serverfarmen das Standbein von Sun.



Bild 8. Mobile Solutions und XML – sogar bei Microsoft ein Thema.

Während 1999 noch 44% der Befragten das damals neu lancierte Wireless Application Protocol (WAP) für die bedeutungsvollste Einflussgrösse auf dem Schweizer Internetmarkt hielten, glaubten dieses Jahr gerade noch 5% daran. Stattdessen lag ASP zusammen mit «billigeren und einfacheren E-Commerce-Lösungen» mit je 41% auf dem Spitzenplatz der Nennungen.

Telekommunikationsanbieter und Internet Service Provider (ISP)

Der eher kleine Telekommunikationsmarkt ist zwar spät liberalisiert worden, dafür tobt heute der Konkurrenzkampf unter den Anbietern umso heftiger. So präsentierten sich beinahe alle Marktteilnehmer in strahlendem Selbstbewusstsein.

Auf edle Art präsentierte sich der Stand von Swisscom AG, die sich wiederum als flächendeckend vertretener Vollsortimenter für alle Aspekte der Unternehmenskommunikation präsentierte. Bei Swisscom dominierten die Themen E-Commerce, LAN-I (ein Dienst zur Unternehmensvernetzung über Frame Relay oder IP), PBX-Services und Mobile Communications. Bei den PBX-Services stand die Präsentation des Nortel Business Communication Managers (BCM) im Vordergrund, einer LAN-PBX zur Realisierung von Voice over IP (VoIP) in kleineren Unternehmen. Auf Anfrage wurde bestätigt, dass die Siemens HiNet Xpress aus vertraglichen Gründen nicht mehr aktiv vertrieben werde. Der Nortel BCM hingegen sei uneingeschränkt lieferbar und stehe mit neuen Funktionen bereit.

Bei den Diensten zur Mobilkommunikation wurde der Kunde auch auf den bevorstehenden Launch des Swisscom GPRS-Dienstes vorbereitet. GPRS (General Packet Radio Service) steht für den mobilen Internetzugang mit anfänglichen Bandbreiten zwischen 20 und 40 kbit/s und nutzungsabhängiger Verrechnung. Der Konkurrent Orange zeigte sich in strahlendem Selbstbewusstsein, nicht zuletzt wegen der vor der Messe veröffentlichten Qualitätsstudie, welche die angeblich bessere Gesprächsqualität im GSM-Netz von Orange belegen sollte. Allerdings wurde mit einem fragwürdigen Messverfahren in nur fünf Städten gemessen, was natürlich eher einer Stichprobe ähnelt und keinerlei Rückschlüsse auf die Qualität im Gesamtnetz zulässt. Swisscom reagierte dann mit einer Gegenkampagne, in der auf diese Punkte hingewiesen wurde. Da Orange zudem in vielen Regionen das GSM-Netz von Swisscom AG mitbenutzt und nur deshalb so schnell eine höhere Flächendeckung als DiAx erreichen konnte, profitiert auch Orange von der hohen Qualität des gesamten Swisscom-Netzes. Orange wollte überhaupt keinen definitiven Launchtermin für GPRS angeben. DiAx bietet GPRS zwar bereits seit Dezember an, allerdings nur mit starken, funktionalen Einschränkungen (z.B. nur ein recht unpopuläres Endgerät im Netz zugelassen, stark eingeschränkte Flächendeckung). Am Erfolg des mobilen Internets zweifelt aber ernsthaft niemand – am wenigsten Ericsson, wo bis Ende Januar bereits fast siebzig Festbestellungen zum Aufbau von UTM-Net-

zen eingegangen sind. Bei Nokia ist man bis jetzt vor allem bei der Lieferung von WAP-Serversoftware, GPRS-Netzequipment sowie den entsprechenden Endgeräten erfolgreich. Wie schon in den Vorjahren erschien es Nokia aber nicht nötig, an der iEX direkt vertreten zu sein. Zumindest Nokia-Handys verkaufen sich von selbst – im Gegensatz zu jenen der gesamten Konkurrenz. Die Swisscom-Tochter Bluewin, der führende Schweizer Internet-Provider, informierte über neue Channels, Produkte und E-Shopping-Angebote. Ein futuristisches Standdesign mit leicht transparenten Formen und wechselnden Lichtfarben sorgten dafür, dass sich der Besucher am Bluewin-Stand wohl fühlte. An diesen Stand-PCs konnte sich der Standbesucher ein Bild vom übersichtlich gestalteten Bluewin-Portal machen: Zu verschiedensten Themen, beispielsweise Sport, Musik, Kino oder Reisen, sammelt Bluewin Informationen und bereitet diese in den «Channels» zielgruppengerecht auf. Auch der Medienrummel kam nicht zu kurz, als am ersten Messetag der Bluewin-Stand feierlich enthüllt wurde. Paten standen dabei das Komikerduo «Lapsus» und die Miss Schweiz Mahara McKay. Die Schweizer Schönheitskönigin gab auf dem Bluewin-Stand auch Autogramme. Eine Augenweide waren die kurz vor der Messe fertig gestellten Filmaufnahmen über das Snowboard-Sponsoring von Bluewin, «terminal-b». Die Filme zeigten die Elite der Schweizer Snowboardszene, Gian Simmen und Berti Déneraud mit rasanten und gewagten Sprüngen im hochalpinen Terrain. Im Produktbereich

hiess das Motto «Rasantes Tempo dank ADSL». «BroadWay» nennt sich der auf der ADSL-Technologie basierende Internetzugang. Er ermöglicht das Surfen im Mbit-Tempo und das gleichzeitige Telefonieren und/oder Faxen über ein- und dasselbe Kabel. Nachdem «BroadWay» in der Startphase in sieben Schweizer Städten verfügbar war, erschliesst Bluewin ab Juni fünfzig weitere Städte mit ADSL. Die ADSL-Übertragungstechnologie richtet sich sowohl an Privat- wie auch Geschäftskunden. Speziell für das Businessumfeld hat Bluewin ein umfassendes Angebot: Das HostCenter ist Basis für den reibungslosen Website-Betrieb und umfasst massgeschneiderte Hard- und Software-Lösungen. Bluewin offeriert aus einer Hand die Gesamtlösung. Das Angebot beinhaltet Beratung, Access, Hosting, E-Commerce-Lösungen, Webdesign und

Support. Der Business-Kunde kann sich voll und ganz auf sein Geschäft konzentrieren und überlässt Bluewin das Management und den Betrieb der Server und Systeme.

iEX-Seminare

Mit ihrem Seminarprogramm hat die Zürcher Internetexpo in den letzten Jahren eine der grössten Internetkonferenzen weltweit aufgebaut: Mit rund 4000 Teilnehmern sucht sie in Europa ihresgleichen. Zudem hat sie sich als einmaliger Gradmesser für Trends und Interessenverschiebungen im Markt etabliert. Das Programm für die iEX 2001 umfasste 75 Seminare plus zwölf Pre-Conference-Sessions. Die meistgebuchten Seminare hiessen:

– Der Online-Markt Schweiz: Zahlen, Trends & Fakten.

- Content Management: Tools und Redaktionssysteme.
- Customer Relationship Management.
- Zahlungssysteme im Web.
- Web-Design: Was User lieben, was sie hassen.
- Der richtige Umgang mit Text in Websites.
- Knowledge Management Schritt für Schritt.
- Communities aufbauen und unterhalten.
- Einführung in XML.
- Den E-Consumer richtig verstehen.

Fazit

Alles in allem überzeugte die iEX 2001 in den meisten Punkten, sodass sich die Reise nach Zürich wie schon in den Vorjahren gelohnt hat – dies nicht zuletzt dank der hervorragenden Organisation seitens des Messeveranstalters. Er hat mit seiner hervorragenden Internet-homepage www.iex.ch, dem umfassenden WAP-Angebot und der vorbildlichen Besucher- und Pressebetreuung neue Zeichen gesetzt. 17



Bild 9. Das Luftschiff für VIPs am Stand der Software AG.



Bild 10. Am Siemens-Stand: Mobilität einmal anders.

Dipl. Ing. Rüdiger Sellin schloss das Studium der Nachrichtentechnik 1986 erfolgreich ab und ist seitdem in den Branchen Telekommunikation und angewandte Informatik tätig. Er bekleidete verschiedene Positionen bei Netzbetreibern und Systemhäusern in Deutschland und in der Schweiz, unter anderem als Systems Engineer in der OSI-Entwicklung und als Product Manager im Marketing von Network Support Systems. Rüdiger Sellin ist seit 1992 bei Swisscom AG beschäftigt und dort seit dem 1. Juli 1999 als Senior Consultant bei Marketing&Sales, Major Accounts, Consulting&Design für das Aufspüren und die Nutzung neuester Trends und Techniken zum Vorteil der grössten Geschäftskunden von Swisscom mitverantwortlich. Er ist zudem Autor von zwei Fachbüchern zu den Themen ATM und TMN sowie Verfasser von zahlreichen Fachbeiträgen für Kommunikationsmagazine im In- und Ausland. Rüdiger Sellin leitet darüber hinaus in Westeuropa Fachseminare auf dem Gebiet der Telekommunikation und tritt gelegentlich als Referent an internationalen Kongressen auf.
E-Mail: ruediger.sellin@swisscom.com

Your way
to new
markets!

www.kueba.ch

künzler - bachmann

comtec®

MEDIEN AG