

ANZEIGE

ANZEIGE

sponsored by  
**Microsoft®**

# BITS:BYTES

INFORMATIONEN ZUR CEBIT

sponsored by  
**Microsoft®**

HIGHLIGHTS | TRENDS | POCKET PC | PREISAUSSCHREIBEN | OSSIE URCHS

CEBIT 2001

## Neue Power im Cyberspace

Die CeBIT ist das Schaufenster ins World Wide Web. Mehr als 8000 Aussteller präsentieren in Hannover innovative Ideen und Produkte rund um das Internet – von der Maus ohne Schwanz bis zur Software ohne Grenzen



Stattliche Schwingen: Der Dreifach-Monitor von Panoram Technologies bringt es auf eine Spannweite von 91,5 cm

Man muss sich das Ganze vorstellen wie ein Fernsehgerät mit zusätzlicher Schreibmaschinentastatur“, berichtete 1980 ein staunender Journalist über ein Gerät, das seinerzeit auf der Hannover Messe präsentiert wurde. Es handelte sich dabei um einen Personal Computer, damals eine bahnbrechende Innovation. Der gute, alte PC spielt auf der diesjährigen CeBIT immer noch eine Rolle, aber eine kleine nur noch. Im weltgrößten Schaufenster der Bits und Bytes wird die gesamte Breite der Informations- und Kommunikationstechnologien präsentiert, von hochkomplizierter Software bis zur spektakulären Hardware. „Top-Themen der Messe werden das Internet und die Telekommunikation sein“, verspricht Hubert H. Lange, Vorstand der Messe AG. „Highlights sind vor allem in den Bereichen E-Commerce und Mobile Computing zu erwarten.“

Die CeBIT 2001 ist die erste nach dem Ende der Hype, die einige Jahre lang die gesamte Branche getrieben hat – die Euphorie, die noch zur Jahrtausendwende die Prognosen über die Entwicklung des E-Business trug, ist einer kühlen Ernüchterung gewichen. Hochgejubelte „E-Everything“ wurden durch die Schwerkraft der ökonomischen Gesetze bisweilen brutal wieder auf den Boden des Parketts zurückgeholt. Für Gunnar Diepenbrock, Mitbegründer und CEO der trade AG, lag das Dilemma auf der Hand: „Es existierten pro Branche zu viele Plattformen und

es gab zu wenige Unternehmen, die mitmachen.“ Doch weder Dotcom-Pleiten noch die Einbrüche am Neuen Markt markieren das von manchem Web-Skeptiker herbeigeredete Ende der digitalen Wirtschaft. Im Gegenteil, zwei Trends zeichnen sich ab: Zahlreiche der gepushten Internet-Start-ups steigen aus den Traumspähren des Cyberspace herab und etablieren sich in einem wirtschaftlich realistischen Umfeld, und immer mehr tradierte Großunternehmen der „Old Economy“ entdecken das Potenzial des Internets und steigen ins E-Business ein.

**DIESE ENTWICKLUNG** wird durch die Zahlen der renommierten Gartner Group bestätigt. Nach der jüngsten Erhebung der Londoner Analysten halten mehr als drei Viertel der europäischen Unterneh-

men das Internet für eine fundamentale Basis im Geschäftsleben, bis 2004, so die Schlussfolgerung, dürfte das Marktvolumen des europäischen Netzhandels von derzeit 35 Milliarden auf über eine Billion Dollar steigen. Bei aller gebotenen Vorsicht gegenüber solchen Internet-Vorhersagen: Es ist weiterhin mit einer rasanten Entwicklung der Web-Wirtschaft zu rechnen.

Damit ist ein Schwerpunkt der diesjährigen CeBIT vorgegeben: Der E-Com-

merce ist die treibende Kraft für die Anbieter innovativer Informations- und Kommunikationstechniken. Dabei geht es um Kosten und Kunden. Im digitalen Geschäft der Unternehmen untereinander – im boomenden Bereich Business-to-Business oder B2B – sind vor allem intelligente Lösungen für das elektronische Beschaffungswesen gefragt, mit „E-Procurement“ lassen sich Kosten sparen. Ein anderes Schlagwort heißt „Customer Relationship Management“ (CRM) und meint die digitalen Beziehungen der Unternehmen zu ihren Kunden. In der Netzwirtschaft wächst die Transparenz der Märkte, der Online-Käufer kann sich jederzeit und weltweit über Produkte und Preise informieren. Also gilt es – wie einst Tante Emma im Laden an der Ecke –, die Kunden genau zu kennen, zu wissen, was sie wollen, sie entsprechend zu bedienen, um sie als profitable Kunden zu gewinnen und halten zu können. Genau darum geht es CRM im „Business-to-Consumer“ (B2C): Die modernen Informations- und Kommunikationstechniken bieten vielfältige Möglichkeiten, die Wünsche der Kundschaft zu erfahren, daraus zu lernen und diese in den Wertschöpfungsprozess eines Unternehmens zu integrieren.

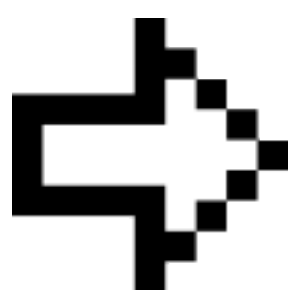
Mit CRM kann „König Kunde“ also individuell angesprochen und bedient werden. Gerungen indes wird um die Intelligenz der Lösungen. Denn je stärker alle an einem Wertschöpfungsprozess Beteiligten in das CRM eingebunden sind – nicht nur alle Mitarbeiter eines Unternehmens, sondern auch seine Zulieferer –, um so größer der Vorteil für den Kunden. Also sind die Unternehmen bemüht, die Beziehungen zu ihren Kunden noch intensiver zu pflegen und dabei auch Partnerunternehmen einzubeziehen. Dies kann mit „Collaborative CRM“ oder „Inter-Enterprise-Process-Integration“ gelingen. Diese Lösungen – die auf der CeBIT präsentiert werden – ermöglichen eine integrierte Abstimmung der Geschäftsprozesse mehrerer kooperierender Unternehmen untereinander. Anders ausgedrückt: Die Kundenwünsche durchlaufen mit Hilfe vom Collaborative CRM die Wertschöpfungsketten der Unternehmen vom Kunden bis zum Lieferanten und wieder zurück.

**OB E-PROCUREMENT**, die Architektur von Net Markets oder Collaborative CRM – intelligente Business-Lösungen sind zweifellos der Treibsatz der diesjährigen CeBIT. Doch auch Besucher, die sich in erster Linie für den privaten und unterhaltenden Gebrauch von Bits und Bytes interessieren, kommen auf der Superchau voll auf ihre Kosten – ob mit neuen Pocket PCs, mit digitalen Kameras oder auch nur, ganz bescheiden, mit schnurlosen Mäusen.



Vernetzter Boxster: Der Fahrer kann über eine Freisprechanlage mit dem Internet kommunizieren und beispielsweise ein Hotelzimmer buchen

ANZEIGE



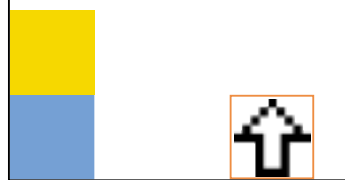
sponsored by

**Microsoft®**



ANZEIGE

sponsored by  
**Microsoft®**



Des Neides der Vorstände mancher Technologieunternehmen kann sich Hubert Lange sicher sein: Statt Gewinnwarnungen und Umsatzrückgängen kann der Vorstand der Deutschen Messe AG jährlich neue Superlative verkünden. Trotz Börsenflaute und Dotcom-Pleiten: „Die CeBIT fährt weiter auf der Überholspur“, so Lange, der für die größte Messe der Welt neue Rekorde verspricht. Schon steht fest: Die Zahl der Aussteller wächst in diesem Jahr ebenso wie die Ausstellungsfläche. Unter dem Motto „Get the spirit of tomorrow“ eröffnet Bundeskanzler Gerhard Schröder am 22. März die führende Messe der Telekommunikation und Informationstechnik.

Vor allem die Entwicklungssprünge der Kommunikationstechnologie markieren einen neuen Trend. Dabei verwischen multimediale Vernetzung und Inflation der Kommunikationsmöglichkeiten die Grenzen zwischen Branchen und Produkten. Die CeBIT macht mobil: Drahtlose Multitalente lösen den heimischen Rechner ab. Entwicklungssprünge in der Datenübertragung und in der Miniaturisierung von Speichermedien sind die Triebkräfte dieser Entwicklung – die CeBIT präsentiert die innovativen Produkte.

## E-COMMERCE

Mit Spannung wird der Auftritt des Mobilcom-Chefs Gerhard Schmidt erwartet, der für die CeBIT erste Anwendungen für das Bezahlen per Handy ankündigt. Experten sagen dem Absatz von tragbaren Endgeräten zur Zahlungsabwicklung hohe Wachstumsraten voraus. Bankgeschäfte, Reisebuchungen, der Kauf von Büchern oder gar eines Autos vom heimischen PC aus sind für viele User nichts Besonderes mehr, neue Infrastrukturen sollen diese Transaktionen nun auch über die Mobilfunknetze anbieten. Der Verkauf eines Gebrauchtwagens könne ab dem Sommer 2001 „in fünf Sekunden“ über eine Geldüberweisung von Handy zu Handy erledigt werden, verspricht Mobilcom-Chef Gerhard Schmidt. Von der Kasse im Supermarkt bis zum Wertpapierkauf will Mobilcom den Zahlungsverkehr anbieten. Dass der Trend zur Handy-Geldbörse geht, ist unbestritten, welche Technologien sich am Ende durchsetzen werden, scheint hin-

## TRENDS

# Auf Rekorde programmiert

Seit 1986 zeigt die CeBIT, eine Tochter der Hannover Messe, Highlights der Informations- und Kommunikationstechniken – für die Branche ein zuverlässiger Trendsetter und eine Schau der Superlative



Die neue Handy-Generation: Das Telefonieren ist nur eine Funktion unter vielen, die handlichen Multifunktionsgeräte sind auch Terminplaner und bieten umfangreiche Programme für Textverarbeitung und Tabellenkalkulation

gegen ungewiss. So präsentiert die paybox.net AG zusammen mit der Deutschen Bank ebenfalls Zahlungsmethoden, die Bargeld, Scheck oder Karte überflüssig machen sollen. Viag Interkom steigt ebenfalls in den mobilen Zahlungsverkehr ein, beschränkt sich aber vorerst auf ein Pilotprojekt mit maximal 1000 Kunden ihres Netzes.

## MOBILES LEBEN

Die Welten der Handheld-Computer und Mobiltelefone wachsen zusammen – ein weiterer Trend, der sich abzeichnet. Der Organizer und das Diktiergerät im Handy, das Telefon im Pocket PC – die kleinen Endgeräte werden immer leistungsfähiger und ähnlicher. Und alle machen das Internet mobil. Nach dem „WAP-Flop“ setzt die Industrie nun

auf den Durchbruch des neuen Mobilfunkstandards GPRS. Zwar sieht man den Nachfolger des GSM-Standards nur als Übergangslösung bis zur Einführung der UMTS-Geräte, auf der CeBIT werden dennoch zahlreiche Multifunktionsgeräte vorgestellt. Telefonieren ist bei den Geräten nur noch eine Funktion unter vielen. Umfangreiche Textverarbeitung, Terminplaner oder Tabellenkalkulationen machen das „nonterritoriale Büro“ zur Wirklichkeit. Internetzugänge über Handy und Laptop werden den Computer am Schreibtisch ablösen, heißt die kühne Prognose der Experten. „Das Büro der Zukunft wird überall stattfinden“, kommentiert Werner Biesenberger, Leiter des Projekts „Office 21“ des Fraunhofer-Instituts den Trend der Zukunft. Die soll, so die Telekommunikationsanbieter, den UMTS-Geräten gehören, von denen die ersten Prototypen auf der Mes-

se zu sehen sein werden. Des Weiteren stellt die Industrie so genannte „Tablet-PCs“ vor. Die extrem flachen Geräte können alle herkömmlichen Aufgaben eines Desktop-Rechners übernehmen und sogar handschriftliche Aufzeichnungen erkennen.

## KAMPF DEM KABELSAT

Im mobilen Kommunikationszeitalter gilt das Kabel als eines der letzten Fossilien. Die mobile Arbeitswelt fordert jedoch flexible Verbindungen zwischen PC, Peripheriegeräten, Handys oder Taschencomputern. Die standardisierte Kurzstreckenfunktechnik „Bluetooth“ ermöglicht diese drahtlose Kommunikation und regt zu immer neuen Entwicklungen an. Schnurlose Mäuse, Headsets für Vieltelefonierer oder Bluetooth

ANZEIGE



sponsored by  
**Microsoft®**

Pencils mit Digitalkamera zur (Hand-)Schrifterkennung sind Beispiele des rasant wachsenden Produktangebotes. Die allgemein geschätzten Vorteile der schnurlosen Technik sorgten allein 2000 für weltweite Umsätze von geschätzten 2,5 Milliarden Dollar. CeBIT-Besucher können in Halle 13 auf 25.000 Quadratmetern das weltweit größte Bluetooth-Funknetz nutzen. Mittels Palm-Computer oder Windows Pocket PC weist ihnen das Netz nicht nur den Weg zum gewünschten Aussteller, sondern gibt auch Auskunft über das Ausstellungsprogramm.

## SOFTWARE ZUR MIETE

Application Service Providing, kurz ASP, ist das Schlagwort, das nach Expertenmeinung die Software-Branche umkremeln wird. Ohne eine Lizenz zu erwerben oder das Programm mühsam installieren zu müssen, können Betriebssysteme, Office- oder Grafikprogramme gemietet werden. Der Kunde greift über das Internet auf einen ASP-Server zu und verfügt über die aktuellste Programmversion. Bezahlt wird nur für die tatsächliche Nutzungsdauer und den Umfang des genutzten Programms. Vor allem kleine und mittelständische Firmen sollen von der Mietsoftware profitieren, da hohe Anschaffungskosten nicht selten die Umstellung auf moderne Software erschweren. „Die Zahl der ASP-Anbieter auf der CeBIT hat sich im Vergleich zum Vorjahr nahezu verdoppelt“, so Gabriele Dörries von der Deutschen Messe AG. Dem auf der CeBIT 2000 gegründeten ASP-Konsortium haben sich mittlerweile 100 Mitglieder angeschlossen, darunter die IT-Giganten Oracle, Cisco und Microsoft. Ziel der Allianz sind einheitliche technische Standards, um den ASP-Markt zu etablieren.



E-Commerce: Ein Treibsatz auf der diesjährigen CeBIT



## INFOS

Die CeBIT 2001 beginnt am 22. März und endet am 28. März. Öffnungszeiten: Täglich von 09.00 bis 18.00 Uhr. Eintrittspreis: Vorverkauf 60 Mark, Tageskasse 65 Mark; Dauerkarte: Vorverkauf 130 Mark, Tageskasse 150 Mark; Sonderticket gegen Nachweis: Schüler (ab 15 Jahre) und Studenten 30 Mark (nur gültig Sonntag, den 25. März, und Mittwoch, 28. März) Vorverkauf: (u. a.) in allen großen DB Reisezentren. Internet: [www.cebit.de](http://www.cebit.de)

## FAKTEN

Die CeBIT präsentiert im März erstmals mehr als 8000 Aussteller. Erneut wird mit einem Besucherandrang von knapp 800.000 Menschen gerechnet. Insgesamt stellen die Firmen auf 422.000 Quadratmetern ihre Produkte aus. Die Messe AG expandiert unterdessen mit der CeBIT nach Asien. Im August wird in Shanghai die erste CeBIT Asia stattfinden.

## EVENTS

Zur Eröffnung am Vorabend der Messe sprechen unter anderem Bundeskanzler Gerhard Schröder und Carleton Fiorina, President und CEO von Hewlett Packard. Neben den über 800 Vortragsveranstaltungen und den obligatorischen Messparties am Abend, bemühen sich die Aussteller um medienwirksame Auftritte. Ein Höhepunkt könnte der „Hackers Contest“ werden, bei dem Argus Systems und Fujitsu demjenigen 100.000 DM versprechen, der in der Lage ist, einen der vier bereitgestellten Computer zu „knacken.“

ANZEIGE



PRODUKTE

# Digitale Kreide und Computer für die Jackentasche

Ob Speicherwunder, 3-D-Bildschirme, die jüngste Handy-Generation oder andere elektronische Multitalente – die Fans von Bits und Bytes kommen in Hannover voll auf ihre Kosten

3-D-BILDSCHIRM



● Einen neuartigen Sehgenuss verspricht die Jenaer 4d-Vision GmbH, die Monitore mit dreidimensionaler Bildarstellung auf der CeBIT präsentiert. Was bisher nur mit Sehhilfen und in einem sehr begrenzten Bewegungsfeld möglich war, funktioniert jetzt ganz ohne Hilfsmittel. Der Monitor misst in der Diagonalen bis zu 175 Zentimeter. Von der realistischen Bildschirmdarstellung sollen vorerst nur Ingenieure und Designer profitieren, die dreidimensionale Objekte entwerfen oder konstruieren. Bewährt sich die Technik, so die Hoffnung der Jenaer Tüftler, stünde einer flächendeckenden Einführung des 3-D-Fernsehens nichts mehr im Weg. Noch kostet der Bildschirm um die 10.000 Mark, der Preis soll jedoch mit Beginn der Serienproduktion auf die Hälfte sinken.

MULTITALENT



● Mini-Computer sagen den klassischen Notebooks den Kampf an. Trotz umfassender Funktionen passen die Rechenkünstler in jede Jackentasche. Weniger als 200 Gramm wiegt das neueste Modell des französischen Herstellers

**Immer druckfertig: Der neue D8-Camcorder von Sony liefert nicht nur bewegte Bilder, ein aufsteckbarer Farbdrucker liefert auf Wunsch auch Standbilder**



Sagem, das Funktionen eines Organizers und Mobiltelefons vereint. Basierend auf dem Microsoft Betriebssystem Pocket PC arbeitet das Gerät mit einem 206 Mhz schnellen Prozessor. Dem Nutzer steht eine üppige Ausstattung zur Verfügung: E-Mail-Funktion, Word für die Textverarbeitung, Excel als Tabellenkalkulation, Outlook zur Adressverwaltung und der Internet Explorer für den Zugang zum Internet. E-Books können mit dem Microsoft Reader und der ClearType™-Funktion gelesen werden, wer sich das Programm Pocket Streets herunterlädt, kann Straßenkarten und Reiserouten einsehen, Musik kann als MP3- oder Windows Media™-Datei gehört werden. Über ein berührungsempfindliches Display kann der Taschencomputer bedient werden, der rund 300 Stunden Standby-Zeit und fünf Stunden Gesprächszeit bietet. Zwar findet die Anbindung ans Mobilfunknetz noch über den GSM-Standard statt, der Zugriff auf das neue GPRS-Netz soll laut Hersteller aber folgen.

SICHERHEIT

● Die Sicherheitssysteme der Zukunft identifizieren den Benutzer an seinem Fingerabdruck – über feine Sensoren, eingebaut etwa in einem Handy. Die Angst, die PIN-Nummer zu vergessen, gehört dann der Vergangenheit an. Missbräuchliche Verwendung kann ausgeschlossen werden. Ein besonders schnelles Verfahren zur biometrischen Authentifizierung entwickelte die Greifswalder Morphosoric AG. Die Merkmale der Fingergeroberfläche werden in Bruchteilen einer Sekunde erfasst, extrahiert, in speziellen Datensätzen codiert und gespeichert. Missbrauch ist ausgeschlossen: Künstliche Fingerabdrücke aus Silikon oder Folie werden als Fälschungen erkannt und abgewiesen. Vor unerwünschten Einblicken in die eigenen E-Mails schützt das biometrische Verfahren „VoiceProof-System“ von Sentry Com. Der Absender einer Mail signiert

das Dokument mit seinem „stimmlichen Fingerabdruck.“ Die gesendeten Daten bleiben so lange verschlüsselt, bis ein autorisierter Empfänger die Mail dekodiert und lesen kann.

SPEICHERWUNDER

● Sanyo präsentiert mit der IDC-1000Z die Digitalkamera mit dem zur Zeit größten digitalen Speicher. Das gemeinsam mit Olympus und Hitachi-Maxell entwickelte Speichermedium ist eine außerordentlich kleine, wiederbeschreibbare magneto-optische Disk. Im Aussehen ähnelt sie einer Floppy Disk. Speichern kann sie bis zu 730 Megabyte, die Schreibgeschwindigkeit beträgt 20 Megabits pro Sekunde. Die Kamera verfügt dabei über eine Auflösung von 1,5 Megapixeln, einen dreifachen optischen und einen vierfachen digitalen Zoom. Sie kann zudem Videos mit bis zu 30 Bildern pro Sekunde bei voller VGA-Auflösung

ANZEIGE



aufnehmen und ermöglicht die schnelle Datenübertragung zum Computer.

E-KREIDE

● Informatiker der Freien Universität Berlin können sich rühmen, die elektronische Kreide samt zugehöriger Tafel erfunden zu haben. Anstelle von Kreide und nassem Schwamm arbeiten die Wissenschaftler auf einem berührungsempfindlichen Plasmaschirm in der Größe einer herkömmlichen Schiefertafel. Besonderer Clou der „E-Kreide“: Der Vortragende kann Bilder aus dem Internet, Diagramme, Präsentationsfolien und interaktive Programme übernehmen. Gleichzeitig kann die Vorlesung über das Internet übertragen und mittels eines normalen ISDN-Modems von jedem Internetarbeitsplatz verfolgt werden. Vorlesungen werden während der Live-Übertragung automatisch abgespeichert, so dass sie auch später über das Netz abrufbar sind.

ZAUBERSTAB



● Nachdem die Bildschirmarbeit bereits Tipp-Ex überflüssig gemacht hat, ersetzt der „cpen“ in Zukunft das lästige Abtippen von Texten oder Tabellen. Der intelligente Füllfederhalter verfügt über einen kompletten Taschencomputer, speichert in seinem acht Megabyte großen Speicher bis zu 3000 Textseiten und übermittelt sie per Infrarotschnittstelle an den PC. Adressdatenbank, Kalender sowie Übersetzungsfunktion vervollständigen den Personal Digital Assistant (PDA), der auch Faxe und E-Mails übers Handy verschicken kann. Der 100 Gramm leichte Stift arbeitet mit einer Taktfrequenz von 100 MHz, und im Adressbuch des schlauen Stiftes lassen sich über 1000 Adressen, Telefonnummern oder E-Mail-Adressen speichern.

ANZEIGE

## PREISAUSSCHREIBEN

# Gewinnen Sie einen Windows Powered Pocket PC



Stecken Sie sich einen Windows® Powered Casio Cassiopeia EM 500 Pocket PC in die Tasche: Unter den Einsendern des Lösungsworts wird ein Gewinner ausgelost

www.pocketpc.com



## 1: Wofür steht im E-Commerce das Kürzel „B2B“?

- A Frühstückspause für Web-Ingenieure
- W Business-to-Business
- H den ersten internettauglichen PC

## 2: Welche Anwendung benötigen Sie, um mit einem Pocket PC E-Books zu lesen?

- N Multiplayer
- Z CRM
- I Microsoft Reader und ClearType™-Funktion

## 3: Wie viele Aussteller werden auf der diesjährigen CeBIT ihre Produkte präsentieren?

- D rund 1240
- M rund 4600
- N mehr als 8000

## 4: Welche Anwendung können Sie für eine Routenplanung mit einem Pocket PC herunterladen?

- K B2C
- D Pocket Streets
- P Modem

## 5: Über welche Funktion verfügt ein Pocket PC nicht?

- R Pocket Outlook
- S Pocket Word & Pocket Excel
- O Pocket Coffee Shop

## 6: Zur Eröffnung der diesjährigen CeBIT spricht

- W Gerhard Schröder
- F George W. Bush
- L Lothar Matthäus

## 7: Mit welchen Dateien kann man mit dem Pocket PC Musik hören?

- S MP3 und Windows Media™
- A SMS
- B UMTS

Lösung bitte an:  
DIE WOCHE Anzeigenabteilung  
Frau Birte Gloy  
Burchardstraße 19 - 21  
20095 HAMBURG  
Der Rechtsweg ist ausgeschlossen

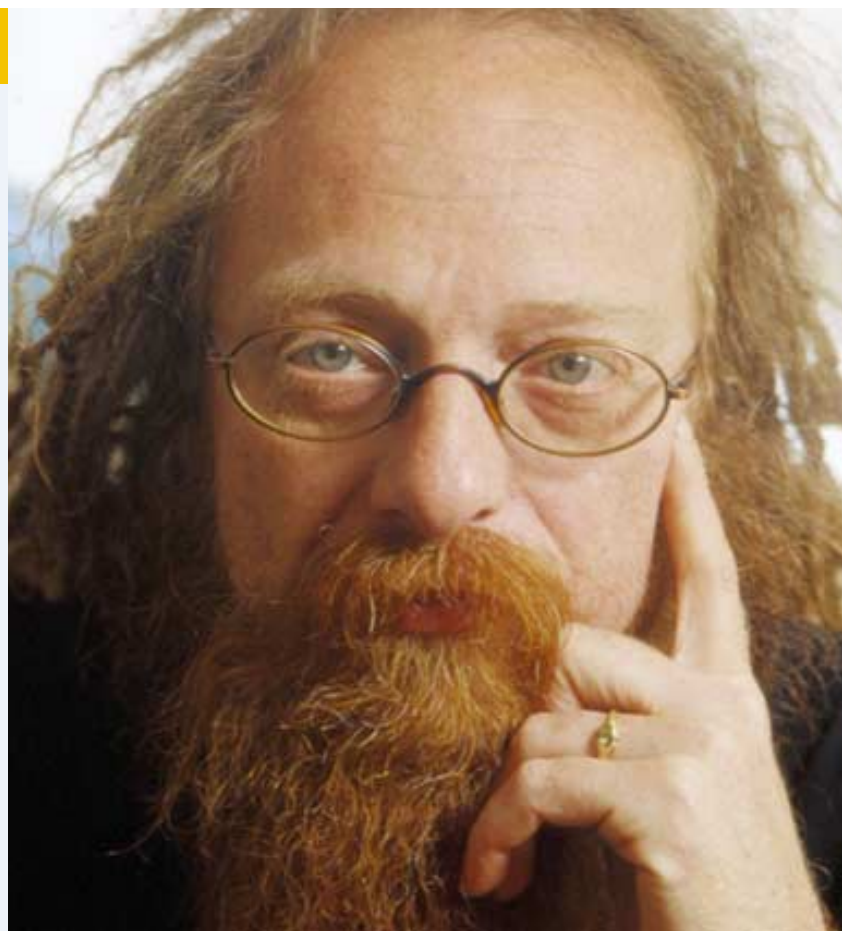
Das gesuchte Lösungswort lautet:

Einsendeschluß ist der 12. April 2001

## INTERVIEW

## »Im Web ist der Kunde König«

Ossi Urchs, Geschäftsführer der Medienagentur 3W4U und Kenner der Internet-Kultur, über E-Commerce, Hype und CeBIT-Trends



● Herr Urchs, seit einiger Zeit sind die „E-Everything“ mächtig unter Druck geraten, zahlreiche der hochgejubelten Dotcoms sind pleite. Ist das der Anfang vom Ende der neuen digitalen Wirtschaft? Vielleicht der Anfang vom Ende einer so genannten „New Economy“, die eher auf Spekulation denn auf reale Wertmaßstäbe gründete. Eine realistischere Betrachtungsweise wird der digitalen oder, wie ich sie lieber nenne, der vernetzten Wirtschaft eher hilfreich sein. Das Internet als Grundlage einer neuen vernetzten Wirtschaft dagegen steht erst am Anfang einer Entwicklung, die uns alle sicher noch lange beschäftigen wird. Wir neigen dazu, all zu schnell zu vergessen, dass das Internet, wie wir es alle kennen, das WWW also, noch nicht einmal 10 Jahre alt ist.

● Im E-Commerce bleiben die Zahlen hinter den anfangs hoch gesteckten Erwartungen zurück. Woran liegt das? Wahrscheinlich weniger an den Zahlen als an den Erwartungen: E-Commerce, egal ob im B2B- oder im B2C-Bereich ist eben sehr viel schwerer und komplexer zu realisieren, als alle Beteiligten zu Anfang gedacht hatten. Denken Sie nur an

solche Themen wie Logistik und Fulfillment: Niemand hat in der Anfangseuphorie auch nur einigermaßen ernsthaft darüber nachgedacht. Dennoch, auch hier gilt: Wir stehen erst am Anfang. Denken Sie nur an den gesamten Bereich digitaler Waren und Dienste – von der Musik bis zur Software: den hat der E-Commerce noch kaum entdeckt, geschweige denn realisiert.

● Zweifellos haben manche Online-Anbieter zu hohe Erwartungen gehabt, viele haben mit ihrem Internet-Auftritt aber nicht den Bedarf und die Erwartungen der User getroffen. Wo sehen Sie in den Web-Auftritten die größten Defizite? Das kann man so generell nicht beantworten. Aber einen wesentlichen Aspekt haben Sie schon in der Frage genannt: In einem personalisierten und interaktiven Medium wie dem Internet kommt es auf die Wünsche und Anforderungen jedes einzelnen Nutzers an. Wer die nicht kennt und berücksichtigt, wird bald allein auf seiner Website sein, denn das nächste Angebot ist im Web immer nur einen Mausklick entfernt. Im Web ist der Kunde wirklich König. Er allein entscheidet. Das zu verstehen und

zu akzeptieren, müssen viele Anbieter im Web noch lernen.

● Wo liegen die besonderen Stärken des E-Commerce (B2C), die am Ende ausschlaggebend für den Erfolg des Online-Handels sind? An erster Stelle steht da eindeutig die Bequemlichkeit und Zeitersparnis des Online-Einkaufs – oder neudeutsch der „Convenience“-Aspekt. Dazu kommen das unschlagbare große Angebot und die Preistransparenz. Doch nur wenn das alles für den Nutzer einfach zur Verfügung steht, wenn die Komplexität des ganzen Vorgangs also im Netz bleibt und nicht auf den Nutzer abgewälzt wird, werden diese Vorteile auch zum Tragen kommen und E-Commerce zum Erfolg führen. Warum sollte das, was bei Suchmaschinen funktioniert, nicht auch die Grundlage für den E-Commerce-Erfolg sein?

● Das Internet bietet zahlreiche Möglichkeiten, um dauerhafte Kundenbeziehungen aufbauen zu können. Wird dieses Potenzial in Deutschland überhaupt genutzt? Sicher noch nicht genug. Dabei darf man nicht vergessen, dass solche griffigen Schlagwörter wie One-to-One-Marketing oder eCRM sich zwar

locker formulieren lassen, aber nicht ohne weiteres umzusetzen sind. Viele Unternehmen sind dabei schlicht überfordert und die Beratung, die Agenturen, Systemhäuser und Software-Entwickler zu bieten haben, ist oft den Namen nicht wert. Die Potenziale zu erkennen, ist eines, sie auch zu realisieren und nutzbar zu machen, etwas ganz anderes.

● Welche Trends zeichnen sich auf der diesjährigen CeBIT für das E-Business ab, sowohl für B2B und B2C? Da gibt es eine ganze Reihe in ganz unterschiedlichen Bereichen. Um einmal zwei herauszunehmen: Für viele Unternehmen stellt sich immer dringender die Frage, wie sie in die Lage versetzt werden sollen, die Abläufe und Prozesse, die extern durch das E-Business im Internet initiiert werden, auch intern abzubilden. Anders: Wie mache ich aus einem traditionellen ein vernetztes Unternehmen, das mit Mitarbeitern wie mit Partnern und Kunden so kommuniziert, wie es das Internet und seine Nutzer verlangen.

● Als jüngste Spielart des E-Business zeichnet sich der M-Commerce ab. Welche Perspektiven zeichnen sich im mobilen digitalen Handel ab? M-Com-

merce war schon im letzten Jahr – im Zeichen von WAP – das große Hype-Thema. Allerdings eines, das außerhalb der Messehallen niemand interessierte. Nun, mit GPRS und perspektivisch mit UMTS kommt das Thema wieder. Ob es ein Erfolg wird, hängt wahrscheinlich weniger von Bandbreiten und schicken neuen Geräten ab, sondern davon, was dem Nutzer an realen und spürbaren Vorteilen geboten wird. Will er wirklich einkaufen oder nur in Ruhe etwas essen, will er gerade eine Urlaubsreise planen oder nur eine präzise Börseninformation. Der Erfolg hängt also wesentlich davon ab, ob der mobile Internetnutzer genau die Angebote bekommt, die ihn interessieren, ob er sie mühelos erreichen kann und zwar zu einem Zeitpunkt, der ihm passt. Wer als Anbieter dazu in der Lage ist, der hat gewonnen.

● Vom Pocket PC bis zur Digitalkamera – auf der CeBIT werden auch in diesem Jahr wieder eine Reihe innovativer Produkte präsentiert. Welche davon bieten den größten Verbrauchernutzen und werden sich folglich auch durchsetzen? Das lässt sich pauschal nicht beantworten, da die genannten und die vielen noch nicht genannten „Gimmicks“ auf ganz unterschiedliche Nutzergruppen und Nutzungsarten des Internets abzielen. Erfolgreich werden wie immer die Geräte sein, die eine einfache Lösung für ein drängendes Problem bieten, die dabei auch noch gut aussehen und dem Spieltrieb des Menschen Rechnung tragen. Es geht also nicht allein um den Nutzwert, sondern um ein komplexes Gebilde von unterschiedlichen Werten und Funktionen, das die Amerikaner auf den denkbar knappsten Begriff gebracht haben: Das Ding muss „cool“ sein.

## IMPRESSUM

## BITS:BYTES

ist eine Sonderveröffentlichung in „Die Woche“;  
Redaktion: Gerhard Thomssen (verantw.), Christian Koch;  
Layout: Detlef Schlottmann;  
Repro: Ute Ruschmeyer;  
Anzeigen: Katja von Wedel (verantw.), Birte Gloy;  
Verlag: Die Woche Zeitungsverlag GmbH & Co. Vertriebs KG, Burchardstraße 19-21, 20095 Hamburg