

Internet Expo mit gedämpftem Optimismus

Autor(en): **Sellin, Rüdiger**

Objektyp: **Article**

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

Band (Jahr): **81 (2003)**

Heft 4

PDF erstellt am: **21.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-876633>

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.

Im Umfeld gut behauptet

Internet Expo mit gedämpftem Optimismus

Die mittlerweile zum siebten Mal durchgeführte Internet Expo (iEX) hat sich besser aus der Affäre gezogen als vergleichbare Ausstellungen. Auch wenn einige grosse Namen fehlten, so waren doch praktisch alle IT-Branchenführer präsent. Im Telekombereich sah es anders aus: Neben der im gewohnten Umfang vertretenen Swisscom waren nur wenige Mitbewerber präsent – ein Zeichen für die gesunde Unternehmensstruktur.

Die Internet-Branche befindet sich seit bald zwei Jahren in einer Phase der Neuorientierung. Das Ende der Dotcom-Euphorie bedeutete wenig nachhaltige Web-Projekte und be-

RÜDIGER SELLIN

deutete das Aus für manches Start-up-Unternehmen, auch in der Schweiz. Diese Entwicklung wirkte sich auch auf die Internet Expo (iEX) 2003 aus. Viele Firmen, die noch vor zwei Jahren dabei waren, gibt es heute nicht mehr, und da die Branche derzeit noch nicht an die Erfolge der letzten Jahre anknüpfen kann, wies die iEX 2003 insgesamt eine verringerte Ausstellungsfläche auf.

Umfang etwa wie im Jahr 2000

Mit rund 9000 m², verteilt auf vier Hallen, konnte sich die Schweizer Internet-Fachmesse dennoch deutlich besser halten als vergleichbare Messen im Ausland – ein Beleg für die starke Stellung im Schweizer IT-Markt und das Vertrauen der grossen Anbieter in die iEX. Zum Business-Fokus der Veranstaltung trug auch die parallel zur Messe stattfindende iEX-Konferenz bei. Sie war in thematische Tracks wie E-Commerce, Intranet und Webmastering unterteilt. iEX-Messeleiter Giancarlo Palmisani unterstreicht die Bedeutung der iEX: «Zwar müssen wir die Messe ohne Wenn und Aber den Veränderungen der Internet-Branche anpassen. Entscheidend ist aber, dass die Marktführer aus sämtlichen wichtigen Marktsegmenten nahezu lückenlos prä-

sent waren. Alle grossen Internet Service Provider, Infrastrukturanbieter, Systemintegratoren, Webdienstleister und Webmedien waren mit einem Stand an der iEX vertreten. Das zeigt, wie robust die Internet Expo heute ist.»

Quantitativ verzeichnete die iEX einen Rückgang, lag aber mit 20 790 Besuchern an den drei Messtagen leicht über den Erwartungen. Auch die begleitende iEX-Konferenz konnte ihre Stellung als grösste IT-Seminarveranstaltung der Schweiz behaupten. Die 83 Seminare zogen rund 2000 Teilnehmer an, insgesamt wurden gut 6000 Sessions besucht. Dazu nochmals Messeleiter Giancarlo Palmisani: «In der gegenwärtigen Stimmung in der Wirtschaft und bei anhaltend gedrückten Marketingbudgets der IT-Branche müssen wir mit der erreichten Besucherzahl zufrieden sein. Die Erwartungen der Aussteller wurden aber übertroffen, das stimmt uns positiv für die nächste iEX 2004.» Der für das Jahr 2003 gewählte Leitsatz der Messe «New IT for Internet Leaders» widerspiegelt den aktuellen Trend der Branche, nämlich die zunehmende Ver-



Bild 5. Futuristischer Bluewin-Stand.



Bild 6. Jean de Wolff (Deputy CEO) und Cornelia Luoni (SW-Entwicklerin) vor der beeindruckenden Referenzliste von MNC.

flechtung von Unternehmensprozessen mit Internet-Technologie. Messeleiter Giancarlo Palmisani meint dazu: «Durch diese Verknüpfung entstehen ganz neue Systemarchitekturen, die es Unternehmen ermöglichen, im Handumdrehen billige Applikationen zu schreiben, die wiederum ganz neue Kooperations- und Geschäftsformen schaffen. Das ist nichts weniger als eine kleine Revolution, die allerdings eher im Stillen stattfindet.» Auf diese Entwicklung hat die Messeleitung reagiert und im Jahr 2003 «System Integration» zum Leitthema erklärt.

Mobile Services von Swisscom

Der Multimedia Messaging Service (MMS) war nach wie vor ein wichtiges Thema der Messe und zog vor allem die Privatkundschaft an. Dass MMS aber auch für Geschäftskunden interessante Anwendungen ermöglicht, ist allgemein noch wenig bekannt. Schadensinspektoren von Versicherungen können beispielsweise via MMS den Schaden erfassen und die Daten und Bilder vom MMS-Handy aus an die Zentrale weiterleiten.

MMS erlaubt das Versenden und Empfangen von Nachrichten mit Bildern/Logos, Texten und Ton von Handy zu Handy oder vom MMS-Server zum Handy. So lassen sich multimediale Kurznachrichten bequem auf dem PC erstellen und auf dem MMS-Server ablegen. Andere MMS-Benutzer – beispielsweise auch Nutzer mit einem MMS-Einstiegs handy mit reiner MMS-Lesefähigkeit – können die MMS-Nachrichten dort abholen oder selbst MMS-Nachrichten auf dem MMS-Server erstellen.

Neben MMS waren die Produkte Natel Corporate Access und das Public Wireless LAN (PWLAN) die Themen, mit denen Swisscom Mobile ihre Kunden an den Stand lockte (Bilder 1 bis 4). Zudem bestand hier die Möglichkeit, das Handy während der iEX gratis auf MMS oder WAP konfigurieren zu lassen. Der mit Naturmaterialien (Holz, Gras, Steine, Wasser) gestaltete Stand der Swisscom war an der lebendigen iEX wiederum eine Oase der Ruhe. Neben Swisscom Mobile waren auch die IT Services, Swisscom Enterprise Solutions und Swisscom

Fixnet vertreten. Dass aber die finanziell nicht gerade auf Rosen gebettete Swisscom-Fixnet-Tochter Bluewin vor Selbstbewusstsein nur so strözte und für sich allein einen Extrastand von der Grösse des Sunrise-Standes beanspruchte, mag auf manchen Besucher überraschend gewirkt haben (Bild 5). Schliesslich rundeten die Swisscom Directories mit ihren modernen und auf den Kunden zugeschnittenen Verzeichnisdiensten den diesjährigen Auftritt der Swisscom an der iEX ab. Weitere Infos unter der Homepage: www.swisscom-mobile.ch

MNC

Jean de Wolff, Deputy CEO und Commercial Director, ist neben Edouard Lambelet (CEO), Alain Nicod (Chairman) und Patrick Barbey (CTO) Mitglied der Geschäftsleitung der MNC, einer innovativen Firma mit Sitz in Lausanne (Bild 6). MNC besteht seit dem Jahr 1998 und hat unter anderem für Swisscom Mobile Natel-Infodienste wie etwa SMS Connect (siehe comtec 09/02 und 03/03) realisiert. Im Jahr 2000 ermöglichte MNC den Launch des ersten europäischen, ortsabhängigen Dienstes (Location-based Service, kurz LBS). 2002 ermöglichten die SW-Lösungen von MNC die Bereitstellung mobiler Zusatzdienste in mehr als 7500 verschiedenen mobilen Channels.

Als Beispiel für ein konkret im Einsatz stehendes Produkt sei das smsBox@ Professional/Infoservices-Paket aufgeführt. Es erlaubt mobilen Diensteanbietern, ein breites Angebot mobiler Infoservices einfach bereitzustellen, zu verwalten und sie direkt dem Endbenutzer zu berechnen. Mit Hilfe des Pakets lassen sich Informationsdienste oder Logo Services sehr leicht einrichten. Diese können die Endbenutzer direkt per SMS oder über eine Website abonnieren oder kündigen. Die Inhalte werden manuell per SMS oder im



Bilder 1 bis 4. Impressionen vom Swisscom-Stand.

comtec 4/2003

Internet von einem Redaktor eingegeben oder aus einem Content-Management-System übernommen. Zudem stehen über die smsBox® Professional/Content Library auch Inhalte zur Verfügung, die von gewerblichen Content Providern stammen (Agenturmeldungen, Sportnachrichten, Wetterberichte, Verkehrsmittelteilungen, Horoskope, Unterhaltung usw.) und die für SMS-Infodienste aufbereitet werden. Damit können mobile Service Provider unter ihrem eigenen Namen eine breite Auswahl von Informationen der verschiedensten Kategorien per SMS anbieten, ohne selbst redaktionell tätig werden zu müssen.

Dazu betreibt MNC ein Support Center, das den Service Provider und dessen Endkunden an sieben Tagen die Woche rund um die Uhr bei Technik- oder Serviceproblemen unterstützt. Jeder Kunde, der mit der Lösung smsBox® Professional arbeitet, hat ausserdem Zugriff auf ein externes Management Tool zur Verwaltung seiner Dienste. MNC erweitert das Paket smsBox® Professional ständig mit neuen Funktionen, von denen der Anbieter in Form von Updates automatisch und ohne zusätzliche Kosten profitiert. Weitere Infos unter der Homepage: www.mnc.ch

IT-Management und -Infrastruktur

Optisch in jeder Hinsicht beeindruckend und auch im Detail überzeugend präsentierte sich der in warmen Tönen und edlen Materialien gehaltene Stand der Schweizer Niederlassung der **OpenText Corporation**. Manuela Mosser, Marketing Communication Managerin bei der OpenText AG, zeichnete zum vierten Mal für den Stand an der iEX verantwortlich.

Mit 5 Mio. Benutzern bei 4000 Kunden in 31 Ländern mit insgesamt zwölf Sprachen ist die OpenText Corp. der weltweit grösste Anbieter für webbasierte Wissensmanagement-Lösungen. Sie wurde bereits im Jahr 1991 gegründet und kann sich heute nach der jüngsten Studie der International Data Corporation mit 43% aller installierten Arbeitsplätze das am schnellsten wachsende Unternehmen der Branche nennen. Zu den Schweizer Kunden gehören unter anderem UBS, Roche, Winterthur-Versicherungen, Zürcher Kantonalbank, Rentenanstalt, Spirig Pharma und Migros/Hotelplan (Bild 7).

Von der Wissensmanagement-Lösung Livelink über den Gruppen-Terminplaner OnTime@ bis zu leistungsstarken Lösungen BASIS@ für das klassische Dokumenten-Management und Techlib für das Bibliothekswesen bietet OpenText nach eigenen Angaben «alles zur Sicherstellung des Unternehmenserfolgs». Das Wissen über Technologie und Kultur von Internet, Intranet und Extranet gründet in der Entwicklung von Webtools und Suchverfahren. Sowohl Netscape Communications als auch Yahoo! haben ursprünglich die Backend-Technologie der OpenText für ihre Suchmaschinen genutzt. Seither sucht OpenText mit stetigem Erfolg nach noch besseren und effizienteren Wissensmanagement-Lösungen – gemeinsam mit namhaften Partnern der Industrie wie Microsoft, Adobe, Oracle, Hewlett-Packard, SAP, Canon, Unisys und Netscape. Praktische Erfahrungen werden aus dem so genannten Affinity-Partner-Programm geschöpft, einer weltumspannenden Partnerschaft strategischer Weiterverkäufer,

System-Integratoren und Entwickler, die OpenText bei der Entwicklung und Realisation von effizienten Lösungen für Unternehmen aus allen Branchen unterstützt. Weitere Infos unter der Homepage: www.opentext.com

Nach Meinung von **Sun Microsystems** ist die Revolution des Rechenzentrums bereits in vollem Gange. Ganze drei Monate nach der erstmaligen Präsentation von N1, einer neuen IT-Architektur, hat Sun Microsystems mit Terraspring und Pirus Networks zwei Unternehmen übernommen, deren leistungsstarke Virtualisierungstechnologien die Umsetzung der Sun-Visionen für das Rechenzentrum der nächsten Generation weiter vorantreiben. Mit N1 verschmilzt das gesamte Rechenzentrum quasi zu einem einzelnen System. Bisher waren Server-, Storage- und Netzwerkressourcen im Rechenzentrum immer an eine ganz bestimmte Applikation gekoppelt. Dienste und Applikationen sind nicht für die gemeinsame Nutzung dieser Ressourcen ausgelegt, weshalb zur Deckung von Spitzenlasten jeweils freie Kapazitäten bereitgehalten werden müssen. Bei N1 gibt es keine statischen Bezüge zwischen Hardware, Applikationen und Betriebssystemumgebung mehr, sodass sich die Bereitstellung neuer Dienste vereinfacht und sämtliche Ressourcen entsprechend den momentanen betrieblichen Anforderungen zugewiesen werden können. Ungenutzte Kapazitäten können von mehreren Diensten innerhalb eines Pools gemanagt und gemeinsam genutzt werden. Dabei stellt N1 keine spezifischen Anforderungen an die als Ausgangsbasis eingesetzte Systemhardware und schützt so alle bisherigen Technologie-Investitionen. Bereits vorhandene Hardware kann weiter genutzt werden (Bild 8).

N1 übernimmt die gesamte Ressourcenverwaltung und ermöglicht eine zügige Reaktion der Dienste und Applikationen auf veränderte Betriebslasten. Ein Systemadministrator kann sich damit voll und ganz auf die Qualität der bereitgestellten Dienste konzentrieren. Die Einbindung neuer Server-, Storage- und Netzwerkkapazitäten in das Rechenzentrum, für die bislang mehrere Tage oder gar Wochen veranschlagt werden mussten, ist nach Angaben von Sun mit N1 innerhalb von Minuten erledigt. Das kurzfristige Ziel von N1 besteht darin, die normale Serverauslastung von bisher 15 bis 30% auf 80% und mehr zu erhöhen, die Gesamtverfügbarkeit zu steigern und damit die



Bild 7. Manuela Mosser (rechts) und Sandra Rüegg (Human Resources Managerin) von OpenText im intensiven Gespräch mit einer Kundin.

Voraussetzungen für die Bewältigung einer exponentiellen Zunahme der Datenmengen, der Anzahl der verwalteten Server und der umgesetzten Projekte zu schaffen. Die Virtualisierung, also die dynamische und effiziente Zusammenfassung heterogener Ressourcen (Rechenleistung, Massenspeicher, Bandbreiten im Netzwerk usw.) zu Pools, gehört zu den wichtigsten Elementen der N1-Strategie. Durch die Virtualisierung vereinfacht sich der netzwerkorientierte Computereinsatz nach dem Prinzip «Wire Once, Reconfigure Logically» (einmal anschliessen, logisch umkonfigurieren). Der Administrator braucht sein Netzwerk mit N1 nur noch einmal zu verkabeln. Die Beziehungen zwischen den virtualisierten Speicher-, Rechen- und Netzwerkressourcen werden von N1 selbstständig gemanagt. Dabei besteht die Möglichkeit, einzelnen Applikationen und Diensten gezielt bestimmte Ressourcen zuzuweisen. Diese Ressourcen werden dann automatisch und ohne manuelle Eingriffe entsprechend den aktuellen Anforderungen an den jeweiligen Dienst angepasst.

Die im September 2002 angekündigte Übernahme von Pirus Networks durch Sun Microsystems konnte im vergangenen Monat erfolgreich abgeschlossen werden. Mit einer offenen, einfach zu verwaltenden, einheitlichen Storage-Infrastruktur hat Pirus Networks eine marktführende Position im Bereich intelligenter Storage-Services erlangt. Die von dem Unternehmen entwickelte Virtualisierungstechnologie für Storage-Systeme fügt sich auf ausgezeichnete Weise in die von ihrem Gesamtkonzept her auf Virtualisierung ausgerichtete N1-Architektur ein. Durch die Virtualisierung der Massenspeicher werden auf verschiedenen Geräten gespeicherte Daten zu einem Informationspool zusammengefasst, auf den alle Computer im Netzwerk völlig transparent zugreifen können. N1 verwendet die Pirus-Technologie für das Management der physischen Storage-Geräte im Netzwerk. Speicherkapazitäten aus dem gesamten Unternehmen werden zusammengeführt und entsprechend den vom Administrator definierten funktionalen Kriterien in logische Elemente aufgliedert. Auf diese Weise verringert sich der Gesamtaufwand für das Systemmanagement, sodass sich hier deutliche Kosteneinsparungen erzielen lassen. Weitere Infos unter der Homepage: www.sun.ch

Bild 8. Luftiger Stand von Sun Microsystems und Partner.



Der IT-Dienstleister **Unisys** hat im dritten Quartal 2002 seinen Nettogewinn gegenüber der entsprechenden Vorjahresperiode von 20,9 Mio. US-\$ auf 59 Mio. US-\$ beinahe verdreifacht. Der Umsatz ging um rund 3% auf 1,33 Mia. US-\$ zurück (3. Quartal 2001: 1,38 Mia. US-\$). Dabei entfielen 1,02 Mia. US-\$ oder rund 76% auf IT-Dienstleistungen, die weiteren 24 Umsatz-Prozente auf das Technologiegeschäft. Larry Weinbach, CEO von Unisys, bestätigte gleichzeitig die Gewinnziele für das Geschäftsjahr 2002. An der iEX war Unisys am Stand von Microsoft an attraktiver Lage (Nähe Gang) vertreten. Einmal mehr waren die speziell auf Microsoft-Betriebssysteme abgestimmten Server und Outsourcing im schwierigen IT-Umfeld zwei der Hauptthemen.

Bei der ES7000-Familie (siehe comtec 05/02) waren folgende News zu vermelden:

- Vier neue Modelle mit 32-Bit-Intel-Processor-Technologie für Windows 2000 Datacenter Server und Windows Server 2003 Enterprise Edition, sowie
- zwei neue Modelle mit 64-Bit-Intel-Processor-Technologie für Windows Server 2003 Datacenter Edition (beide ab April 2003 verfügbar).
- Ebenfalls neu ist die Kombination aus ES7000 Orion mit der IA64-(Itanium-2-) Option als so genannter ES7000-Hybrid in einem Gehäuse. Das Produkt VMware ermöglicht die Workloader-erweiterung auf einer Partition (bis 16 CPU) innerhalb der ES7000-Familie mit Support von Unisys für die Version VMware GSX und die Microsoft-Betriebssysteme Windows 2000 Advanced Server sowie Windows 2000 Datacenter Server. In einer Xeon-MP-CPU können bis zu vier virtuelle Prozesse verwaltet

werden, total bis zu 24 virtuelle VMware-GSX-Prozesse. Details unter der Homepage: www.unisys.com/about_unisys/news_a_events/02038231.htm Nicht nur bei Sun, sondern auch bei Unisys waren Blade-Server ein wichtiges Thema. Datenbank-Server, Applications-Server und der Web-Server können innerhalb der ES7000-Reihe betrieben werden. Damit lassen sich maximal 42 Slot Appliances – in den 96-PCI-Slots der ES7000-Infrastruktur-Server – für Web-Server mit NLB, Firewall-Server (Checkpoint Software) und Domain Name Server auf dedizierten Blades betreiben.

Einigermaßen überraschend war die Ankündigung des neu verfügbaren SCO Linux Server 4.0 für ES7000 Orion 200 und ClearPath Plus. Damit deckt Unisys auch den wachsenden Linux-Bereich ab. Auch neue Verkaufserfolge wurden vermeldet. So haben sich zum Beispiel das Departement für auswärtige Angelegenheiten (EDA) und die Post Finance neu für den ES7000 Orion entschieden. Das EDA bestellte ein ES7000 Orion 230 mit 32-CPU-Xeon-1,4-MP-Prozessoren. Diese geballte Prozessorpower wird als Systemplattform für die E-Government-Lösungen «VERA» und «fAHV» eingesetzt, die zur Online-Verwaltung der Auslandsschweizer dienen. Die Post Finance baut neu auf einen ES7000 Orion 200, der für die leistungskritische PrintCenter-Applikation eingesetzt wird. Das PrintCenter übernimmt die grossen Druckaufträge, die von der Post Finance durchgeführt und betrieben werden.

Ein weiteres wichtiges Thema war das Outsourcing, das nach Angaben von Unisys zu oft auf die reine Kostenersparnis reduziert wird. Outsourcing solle viel mehr unter den Überlegungen der Ge-

schäftsprioritäten, der Kundenzufriedenheit und des eigenen IT-Service-Portfolios analysiert werden. Das Modell dazu heisst «Plan Procure Manage», das in den Unternehmen den bisherigen Ansatz von «Plan Build Run» immer mehr verdrängt.

Service on Demand: Durch eine klare Struktur der IT-Dienstleistungen und das Erstellen eines Produktkatalogs mit Preis und Service Level Agreement kann die IT als eine Sammlung von IT-Dienstleistungen geführt werden (Managed Services). Da Märkte, Geschäftsanforderungen und Applikationen sich immer schneller verändern, müssen auch diese IT-Services schnell gebaut, betrieben und bei Bedarf verändert werden. Diese Dynamik wird mit «Service on Demand» bezeichnet.

Plan Build Run: Traditionell wird in den meisten Unternehmen bei der IT-Planung, der Entwicklung und Schaffung der Infrastruktur und dem Betrieb stark auf Eigenleistungen fokussiert. Die Eigenleistung, es selber zu tun und zu betreiben, steht fast immer noch im Mittelpunkt der meisten Unternehmen.

Plan Procure Manage: In Abwandlung zu Plan Build Run wird das Ergebnis der Eigenleistung vorangestellt. Ob die einzelnen Teile der IT-Infrastruktur, des IT-Betriebs, der Anwendung und der IT-Services selbst erbracht werden oder nicht, weicht dem Ziel, diese professionell einzukaufen und zu managen – sowohl von internen als auch externen Anbietern.

IT Economics: IT Economics umfasst das Management, die Beurteilung und die Messung der wirtschaftlichen Leistungsparameter im Sinn des Angebots (SLA, TCO). Im Idealfall auch um die damit zu erzielende Wertschöpfung, den Return on Investment (ROI) zu messen. Weitere Infos unter der Homepage: www.unisys.ch

Mit dem Kopierer surfen?

Einmal mehr gelungen war der Auftritt der **Canon (Schweiz) AG**. Provozierende Fragen wie «Mit dem Kopierer surfen?» oder «Suchen Sie gerne oder finden Sie lieber?» erweckten das Interesse der Messebesucher. Canon war sowohl mit einem eigenen Stand als auch am Stand von Microsoft vertreten. Schwerpunkt war das webbasierende Dokumenten-Management, das auf den vier Säulen Vernetzung, Web-Portal, Archivierung und Output-Management aufbaut. Die Vernetzung der multifunktionalen Printer (wie iRi/iRC von Canon) bildet die

Schnittstelle zur Digitalisierung des papiergebundenen Workflows eines Unternehmens. Bei diesem ersten Arbeitsschritt können vom Mitarbeitenden wichtige Informationen zum Dokument erfragt werden, die den Erfolg einer späteren Recherche sichern. Schon kurze Zeit nach dem Scannen der Dokumente stehen sie in den jeweiligen Formaten (Word-Datei, PDF, TIFF usw.) beispielsweise im Intranet zur Verfügung.

Web-Portale sind die Anlaufstelle für Anwender, um Unternehmensinformationen aus verschiedenen Ressourcen zu suchen oder zu publizieren. Mittels eines Webbrowsers, Office-Programms oder über das Dateisystem können autorisierte Anwender Informationen finden, die auf verschiedenen File-, Mail-, Lotus/Domino- oder jedem anderen Internet-Server abgelegt sein können.

Bei einem hohen Aufkommen von Dokumenten aller Art – von Scans, Office-Dokumenten oder auch Drucklisten (COLD) – ist die Integration eines elektronischen Archivsystems in die Netzwerkinfrastruktur sinnvoll. ADOS ist ein Client/Server-System zur Erfassung, Archivierung und Verwaltung jeglicher Dokumente. Es lässt sich problemlos in vorhandene Netzwerke integrieren. Sein modularer Aufbau sowie die individuelle Gestaltung der Indizierungs- und Suchkriterien ermöglichen die Anpassung an spezifische Anforderungen des Kunden – unabhängig von der Firmengrösse. Der Einsatz von ADOS sichert das Unternehmenswissen zuverlässig und auf lange Zeit. Es erlaubt den Online-Zugriff auf alle Dokumente und verschafft dem Unternehmen entscheidende Wettbewerbsvorteile.

Bei der letzten Säule des Canon-Dokumenten-Managements hat sich Canon auf seine Stärken in der professionellen Datenausgabe besonnen. «BTA PrintMachine» ist eine universelle Dokumentenaufbereitungs-Software, die höchsten Ansprüchen gerecht wird. Das Leistungsspektrum umfasst unter anderem das Formatieren und Gestalten von Geschäftsdokumenten, die Ausgabe auf lokale und netzwerkbasierte Drucker, die Steuerung des Outputs sowie den Versand per Fax oder E-Mail und die vollautomatische Ablage im Archivsystem ADOS.

Canon verfügt über Software-Lösungen (wie CanonFLOW und Printer Accounting System), welche die gesamten Druck- und Kopiervorgänge im Netzwerk optimal steuern und eine verursacherbe-

zogene Verrechnung ermöglichen. Die erzielte Steigerung der Effizienz bezüglich Informationsfluss und Dokumenten-Workflow führt zu erhöhter Produktivität. Weitere Infos unter der Homepage: www.canon.ch

IT-Security

Auf den Betrachter eher amüsierend wirkte der Stand der Firma **Marshal Software**, die sich mit ihren spezialisierten E-Mail- und Web-Produkten Mail Marshal und WebMarshal als führend im Bereich Internet Content Security (ICS) bezeichnet. Der Stand der im Jahr 1994 gegründeten Firma bestand aus einem «Salon» und einem «Jail» in Originalgrösse, wobei auch der Sheriff auf dem Stand nicht fehlte – leider ohne Publikum in Form von Zuhörern. Die Marshal-Kunden stammen aus praktisch allen Geschäftsbereichen: Universitäten, Behörden, international operierende Banken, Luftfahrtlinien, ISPs, Fabriken, Militär oder auch kleinere Firmen.

ICS dient der Kontrolle des Typs und der vorgesehenen Absicht von elektronischen Daten, die eine Organisation per E-Mail oder Internet-Nutzung betritt. Das wichtigste Betätigungsfeld von Marshal ist die Content Security. Dieser international gängige Ausdruck hat zwei Hauptkomponenten: die E-Mail-Inhaltssicherung und die Internet-Zugriffskontrolle. Herkömmliche Sicherheitsprodukte wie Firewalls kontrollieren den Zugang. Content Security hingegen dient der Feststellung, welche Anwendung Zugriff hat. Firewalls arbeiten nach dem Prinzip der Einwanderungsbehörde am Flughafen (d. h. wer das Land betritt oder verlässt). Inhaltssicherung aber sollte man nach Ansicht von Marshal mit Zollbeamten vergleichen, die mit Durchleuchtung und Metalldetektoren prüfen, was kommt oder geht. Dabei geht es nicht nur um wirtschaftlichen Selbstschutz, sondern auch um den Schutz der eigenen Kunden und Aktionäre vor Vireninfectionen und Vertrauensbrüchen. Diese Integrität grundlegender Geschäftsfunktionen stellen die beiden Produkte MailMarshal und WebMarshal bei den E-Mail- und Internet-Anwendungen sicher. Weitere Infos unter der Homepage: www.marshalsoftware.de

Dienstleistungen rund um das Internet

Bei der **New Impact** aus Bern handelt es sich um ein mehrfach ausgezeichnetes

News von Cisco

Auch wenn der weltweit führende Hersteller von Computer- und Internet-working-Equipment dieses Jahr an der iEX fehlte, so sorgte Cisco in der ersten Februarwoche trotzdem für Schlagzeilen. Cisco Systems befand sich wieder einmal auf Shoppingtour und hat sich für 154 Mio. US-\$ das private Unternehmen Okena einverleibt. Die Akquisition soll im dritten Quartal 2003 abgeschlossen sein, wobei der Preis unter Insidern als günstiger Kauf angesehen wird. Mit den Okena-Produkten wird Cisco eine neue Produktlinie anbieten können, die den Desktop und eine ganze Reihe von Servern und Diensten mit intelligenten Intrusion-Detection-Funktionen, Schutzmechanismen vor unbekanntem Viren und Angriffen mit einer Art Desktop-Firewall abschirmen. Diese wird zentral verwaltet und durch eine automatisch generierte Policy-Architektur gestützt.

Zentralisierte Management-Oberfläche

Cisco hat auf Anfrage angedeutet, dass sich dieses Konzept – eigentlich eher weniger überraschend – in die eigene Sicherheitsstrategie eingliedern soll. Zum einen ist es denkbar, dass die Okena-Produkte mit der Netzwerk-IDS-Plattform «NetRanger» der «Pix»-Firewall und den Desktop-VPN-Clients der Cisco zusammenarbeiten. Das Hauptaugenmerk soll auf einer zentralisierten Management-Oberfläche und dem Policy-Abgleich liegen. Cisco möchte sich auf die Serverseite der Okena-Lösung konzentrieren und weitaus komplexere Applikationen als bisher abdecken, etwa eine umfangreiche SAP-Umgebung oder andere Workflow-Szenarien. Welche Anwendungen es im Detail sein werden, wollte oder konnte Cisco noch nicht mitteilen. Langfristig sei angedacht, die Agenten von Okena auch auf die Switches, Routers, VPN-Gateways und Firewalls von Cisco anzusetzen, um deren Verhalten zu beobachten – sicher ein interessantes Konzept, mit dem Cisco eins zu eins mit allen Sicherheitsherstellern (Antivirus- oder Desktop-Firewalls) im Desktop-Bereich konkurriert. Wie es Cisco's Natur entspricht, will der Hersteller in jedem Bereich, den er anvisiert, gerne zur

Nummer eins aufsteigen. Das hat Cisco für den Desktop-Bereich diesmal nicht wörtlich ausformuliert, sondern gleich die erste Position im gesamten Sicherheitssektor für sich beansprucht – vielleicht ein wenig dick aufgetragen, aber Klappern gehört ja gerade in der krisengeplagten IT-Welt zum Handwerk.

Wichtiger Bereich in einer Sicherheitsstruktur

Die Akquisition belegt, dass die Desktop-Sicherheit auch für Cisco ein wichtiger Bereich in einer Sicherheitsstruktur ist. Der bisherige Ansatz von Okena ist recht geschickt, da er im Gegensatz zu herkömmlichen Antiviren-, IDS- und Desktop-Firewall-Produkten nicht nach feindlichen Signaturen im ein- und ausgehenden Verkehr sucht, sondern sich auf das Verhalten von im Vorfeld legalisierten Anwendungen konzentriert. Sind ein Rechner oder Server und darauf laufende Anwendungen infiziert, greifen sie auf Ressourcen zurück, die über ihre normale Arbeitsweise hinausgehen und daher gegen die verhaltensorientierte Policy verstossen. Die Storm-Watch-Lösung von Okena erkennt das, schlägt Alarm und hält den Angriff auf, auch wenn die Antivirus-Welt noch nicht über den neuen Schädling unterrichtet ist. Okena behauptet, dass ihre Produkte wegen dieser Arbeitsweise auch problemlos mit schnellen Umgebungen Schritt halten können.

Das Storm-Watch-Konzept besteht aus vier Komponenten:

- einem Management-Server,
 - je einem Client- und Server-Agenten,
 - einer kombinierten Intrusion-Detection-Desktop-Firewall und
 - dem Policy-Tool «Storm-Front».
- Die Agenten klinken sich über die Okena-eigene «Intercept Correlate Rule Engine» in den Kernel einer Windows-Maschine ein, sei es ein Client oder Server. In dieser Position kontrollieren sie, auf welche Bereiche eine Anwendung zugreifen möchte, sei es ein TCP/IP-Port oder Registry-Einträge. Eine Policy erstellt für jede Anwendung ein Profil und erklärt ihnen, welche Ressourcen legitim sind. Einige Profile sind im Default schon definiert, sei es für das Office-Paket oder den Microsoft-Explorer. Falls eine Anwendung nicht beschrieben ist, soll das Tool «Storm-Front» die fehlenden

Regeln halbautomatisch schreiben. Der Administrator startet das Tool, dann die unbekannte Anwendung. «Storm-Front» zeichnet daraufhin alle Ressourcen auf, die dieses eine Programm benötigt, und formt daraus ein eigenes Profil. Der Administrator muss dabei alle Funktionen der Anwendung mindestens einmal aktivieren, sodass Tage vergehen können, bis ein komplexes Programm völlig abgedeckt ist.

Vier Konzepte

Das neue Profil überführt «Storm-Front» in die zentrale Management-Software, die in ihrer Datenbank neben den Profilen auch bis zu 5000 Agenten mit Namen, alle Monitoring-Daten und Event-Alarms führt. Insgesamt vier Konzepte stehen bereit, um die Agenten im Netz zu verteilen, darunter eine Installations-CD, FTP-fähige Pakete oder eine «stille» Installation, die den Agenten ohne Benutzerinteraktion aufsetzt. Jeder Agent meldet sich automatisch mit IP-fremden Namen bei der Management-Software an, sodass DHCP-bedingte Probleme ausgeschlossen bleiben. In Intervallen prüft ein Agent seine Konfiguration und aktualisiert sie bei Bedarf automatisch. Der gesamte Datenaustausch ist per SSL kodiert. Sobald eine Anwendung auf dem Client oder Server einer Policy widerspricht, protokolliert der Agent alle Verstöße und verknüpft sie in möglichst einer Aussage. Je nach Gefahrenpotenzial protokolliert der Agent das Ereignis, sendet es dem Administrator zu oder leitet Gegenmassnahmen ein. Auch der zentrale Manager verknüpft die Events verschiedener Quellen miteinander, damit der Administrator nicht überflutet wird von Warnmeldungen. Für mobile Anwender hat der Hersteller Okena seinen Agenten um eine Desktop-Firewall erweitert und folgt in diesem Bereich zumindest teilweise der Strategie seiner Konkurrenten. Die Firewall achtet auf ein- und ausgehende Daten, überführt aktiven Code in eine separate Sandbox-Umgebung und regelt, welche Anwendungen wann gestartet werden dürfen. Die Management-Konsole der Storm-Watch-Suite kostet rund 3300 Franken, ein Server-Agent rund 1200 Franken und ein Desktop-Pendant 75 Franken. Weitere Infos unter den Homepages: www.okena.com und www.cisco.com

Unternehmen für marketingorientierte Web-Portale und nachhaltige «e-Integration». Dessen Stand auf der diesjährigen iEX war im trendigen «Teo-Jakob-Look» aufgebaut worden (Bild 9). Die im Jahr 1998 gegründete New Impact beschäftigt 37 ausgewiesene Spezialisten in den Bereichen Beratung & Projektmanagement, Media & Creative Design und IT- & Web-Engineering. Die Firma realisierte Internet-Projekte unter anderem für die Kunden Davidoff, Die Post, Valiant Banken, Swisscom Mobile, SBB, VBS, Kanton Solothurn, Stadt Biel, Schwyzer Kantonalbank, Gebäudeversicherung Bern, ZLB Bioplasma, ratiopharm, Glas Trösch, Triamun, RUAG, Vandex, Creation Baumann, DRS online und für den Schweizerischen Olympischen Verband.

Höchst interessant sind der durch gezielte Verkaufsanreize (mit einem Punktesystem) gesteuerte Online-Verkauf von Dienstleistungen und Produkten «WebINCENTIVE». Dabei handelt es sich um ein attraktives Incentive-Programm, das bei Swisscom Mobile erfolgreich eingeführt wurde (Natel City). Es führte zu steigenden Verkaufszahlen, einer nachhaltigen Verbesserung der Beratungsqualität und zu einer hohen Akzeptanz bei den Zielgruppen.

Mit dem zweiten an der iEX vorgestellten Produkt WebECONOMY können Web-Projekte auf die Kriterien «wirtschaftlich», «bedürfnisgerecht» und «benutzerfreundlich» hin überprüft und mit konkreten Handlungsempfehlungen versehen werden. WebECONOMY wurde durch New Impact bereits bei mehreren Firmen mit durchweg positiven Reaktionen eingesetzt – etwa bei Finanzunternehmen und bei öffentlichen Institutionen.

Seit über 15 Jahren realisiert **Pixelpark** in der Schweiz erfolgreich Projekte rund um das interaktive Internet. Nach eigenen Angaben ist Pixelpark mit 80 Mitarbeitern verteilt auf die Standorte Basel, Zürich und Biel die führende Internet-Dienstleisterin der Schweiz. Die Firma liefert Informatiklösungen zur Verbesserung und innovativen Neugestaltung von kundenorientierten Geschäftsprozessen (Bild 10). Pixelpark baut dabei auf den folgenden vier Säulen auf:

- **Pixelpower:** Konzeption und Entwicklung interaktiver Anwendungen, die Dialog, Personalisierung und Transaktion ermöglichen und damit ein Unternehmen besser funktionieren lassen.
- **Process Design:** Überprüfung von

Strukturen und Abläufen auf ihre kommunikative Wirkung hin mit eventueller Neudefinition (falls notwendig).

- **Information Design:** Entwicklung interaktiver Anwendungen, die jeden Schritt im «Kaufzyklus» unterstützen, und Lösungen, die ein strategisches Daten- und Wissensmanagement beinhalten und so den Wertschöpfungsfaktor Information systematisch stärken.

News von der Messeleitung der Konkurrenzmesse Orbit

Der Trend zur Abstinenz an IT-Messen hält an. Die mit der iEX konkurrierende Messe Orbit/Comdex reagiert acht Monate vor ihrer nächsten Durchführung in Basel mit einem Strategiewechsel. Nachdem man sich zwei Jahre in Schönfärberei geübt hat, gesteht man erstmals Fehler ein: «Die Fokussierung auf das B2B-Segment war grundlegend falsch», bekennt Rene Kamm, neuer Vorsitzender der Gruppenleitung der Messe Schweiz. Nachdem im Jahr 2002 Schwergewichte wie Sony, Canon, Nokia und Sun nur durch Abwesenheit glänzten, habe die Messe Orbit keine komplette Marktübersicht mehr geboten. Darum wolle man nicht nur kleine Retuschen anbringen, sondern die Messe einer fundamentalen Neuausrichtung unterwerfen, so Rene Kamm. Neu ist das Konzept der Orbit 2003 allerdings nicht gerade. Vielmehr kehrt man in altbekannte und bewährte Bahnen zurück. So darf etwa das seit dem Jahr 2000 an der Basler IT-Nabelschau unerwünschte Fussvolk – früher als «Prospekte- und Werbegesammler» abgestempelt – an der nächsten Orbit wieder für Stimmung sorgen. Ein von 55 auf 39 Franken gesenkter Eintrittspreis – im Vorverkauf werden die Tickets gar über das Internet für 19 Franken vertrieben – soll die Massen wieder in die im Herbst 2002 so auffallend leere Hallen locken.

Klare Trennung nicht mehr möglich

Allerdings, so Messeleiter Walter Gammeter, sei dies nicht das alleinige Ziel. Vielmehr sei in Anbetracht der raschen IT-Entwicklung eine klare Trennung zwischen Privat- und Businessanwender nicht mehr möglich, ergänzt Rene Kamm. Und schliesslich trage das

- **System Design:** Mit unabhängiger Beratung, bewährten Basisarchitekturen und «Cutting edge»-Software-Entwicklung realisiert die Pixelpark ihren «höchsten Anspruch, wenn es um Zuverlässigkeit und Handhabung geht». Besonders beeindruckend war die Präsentation des Internet-Portals der Krankenkasse KPT, das Pixelpark erfolgreich realisiert hat. Das Motto war hier ein um-

Turnschuhpublikum von heute morgen vielleicht schon Nadelstreifen. Dementsprechend wird die Orbit 2003, die auf Mittwoch bis Samstag verlegt wird, unter das Motto «Konvergenz von Technologie und Anwender» gestellt. Ausserdem sollen Innovationsshows und themenspezifische Parks zu IT-Sicherheit, Wireless und Bioinformatik für frischen Wind sorgen. Künftig wird der Mittelstand mit einem neutralen KMU-Beratungszentrum und dem Samstag als erklärten KMU-«Tagstärker» in das Blickfeld rücken. Ausserdem will man den Fokus wieder auf die Schweiz richten und dies mit der Eliminierung des Zusatzes «Europe» aus dem Messenamen bekräftigen.

Direkter Konkurrenzkampf

Laut Messeleitung sei das neue Konzept von den Herstellern positiv aufgenommen worden. So soll etwa Fujitsu-Siemens, der im Jahr 2002 mit einer Absage kurz vor Messebeginn für hitzige Debatten gesorgt hatte, eine Rückkehr an die Orbit immerhin «ins Auge fassen». Auch HP, der sich im letzten Jahr nur an der Messe gezeigt hat, um die Hochzeit mit Compaq zu verdeutlichen, gibt sich zukunftsgläubig. Die Entscheidung über eine Teilnahme sei zwar noch in der Schwebe, man sehe der Messe aber recht optimistisch entgegen, so HP-Pressesprecherin Katharina Ugur. Indes hält man bei der iEX am Konzept fest und verbreitet Zweckoptimismus. Ob die iEX aber tatsächlich als «Leadermesse für New IT» am Markt akzeptiert wird, kann sich wohl erst im nächsten Jahr zeigen, wenn die Orbit in Basel und die iEX in Zürich, die sich thematisch einander immer mehr annähern, einen direkten Konkurrenzkampf auszufechten haben werden.



Bild 9. Arno Meister-Habermacher (Verkaufsleiter, im Bild links) und Markus Häni (Leiter Customer Center & Marketing) von der Berner New Impact.



Bild 10. Pixelpark auf dem Gemeinschaftsstand mit Smart, im Bild rechts der Cross Blade für bescheidene 33 900 Franken.

fassendes Self-Provisioning rund um die Krankenversicherung (Online-Fragen zum Vertrag, zu laufenden Abrechnungen) und gesundheitsbezogene Dienstleistungen (Online-Arzt, -Kundenberater und -Anwalt). Pixelpark hat für Swisscom Mobile unter anderem das Mobile Services Portal «gomobile» realisiert. Weitere Infos unter der Homepage: www.pixelpark.com/ch

Auch der in knalligem Weinrot gehaltene Stand der Zürcher Firma **Screenlight** sorgte für einen weithin beachteten Auftritt (Bild 11). Damit wurde das Design der Homepage (www.screenlight.ch), der Prospekte und der Visitenkarten konsequent auf den Stand übertragen. Die Produkte der seit zwölf Jahren bestehenden Firma haben selbstredend nichts mit dem Rotlichtmilieu zu tun. Vielmehr ist Screenlight ein Generalunternehmen für die Entwicklung und den Betrieb von professionellen Internet- und Multimedia-Anwendungen in den Bereichen E-Marketing, E-Business, E-Commerce, E-Promotion und E-Training. Screenlight betreut über 50 nationale und internationale Kunden aus den Bereichen Dienstleistungen, Handel, Industrie und Verwaltung.

Screenlight wurde im Jahr 1991 als Einzelfirma für Computergrafik gegründet und entwickelte sich mit der Zeit zur Multimedia-Agentur. Im Jahr 1996 – mit dem Einstieg in das Internet – erfolgte die Umwandlung des Unternehmens in eine Aktiengesellschaft. Seitdem tritt die Firma unter dem Namen Screenlight Interactive AG auf. Schliesslich wurden Anfang 2000 die Bereiche Solutions, Applications und Hosting in das neu gegrün-

dete Unternehmen Toolpark.com ausgliedert.

Screenlight versteht sich als Fullservice-Partner für die Entwicklung und den Betrieb von Internet-Anwendungen und Internet-Promotionen. Dies beginnt mit einer kompetenten Beratung, geht weiter über die einwandfreie Realisierung und endet beim reibungslosen Betrieb. Auch eine Vermietung von Applikationen ist möglich. Als Partner führender Technologie-Lieferanten in den Bereichen Content Management, Customer Relationship Management und E-Commerce realisiert Screenlight auch unternehmenskritische Projekte.

Mit einem eher langweiligen Standard-Design präsentierte sich die deutsche **Synkron GmbH**, welche die zur Unternehmensgrösse passende Lösung zur Gestaltung und zum umfassenden Management einer professionellen Homepage liefert. Für eine professionelle Website mit mehr als einem reinen Online-Marketing-Auftritt ist die

Synkron.web Business Edition die richtige Wahl. Die Synkron.web Business Edition ist eine Lösung für Firmen, die langfristig die vielfältigen Möglichkeiten des Internets nutzen möchten. Diese Lösung kann mit Hilfe von verschiedenen Modulen erweitert werden. Dazu ist ein Update auf die Synkron.web Corporate Edition ohne Datenverlust oder zusätzliche Arbeitszeit ohne Weiteres möglich. Die Synkron.web Business Edition baut auf einem Bearbeitungssystem auf, mit dessen Hilfe ein durchschnittlich erfahrener Computer-Benutzer schnell und einfach eine Website erstellen und pflegen kann. Die Bearbeitung geschieht durch einen normalen Webbrowser (PC oder Mac) und ist durch Benutzername und Kennwort Zugangsgesichert. Im Bearbeitungssystem können Benutzerrechte administriert oder verwaltet, Webdesigns erstellt, Texte geschrieben, Bilder und andere Medien eingesetzt, der Site-Verkehr überwacht sowie Online-Formulare und Diskussionsforen eingerichtet werden.



Bild 11. Provozierender iEX-Auftritt von Screenlight.

Die Synkron.web Corporate Edition fängt leistungsmässig dort an, wo die Business Edition aufhört. Sie zeichnet sich durch eine fast unbegrenzte Skalierbarkeit aus:

- 12 bis 21 Sites (statt 3 bis 12) Sites.
- 1000 Seiten ohne obere Begrenzung (statt 250 bis max. 1000 Seiten).
- Dazu kommen erweiterte Funktionen im Vergleich zur bereits umfangreichen Business Edition, wie beispielsweise ein Editor mit max. zehn Benutzern, ein Gatekeeper und ein Database Publisher. Beide SW-Pakete können auf Wunsch mit einem Sicherheitspaket ausgerüstet werden, das unerwünschte Manipulationen nahezu ausschliesst.

Weitere Infos unter der Homepage: www.synkron.de oder beim Schweizer Vertrieb, der Visual Energy GmbH in Trogen, unter der Homepage: www.visualenergy.ch

Fazit

Die diesjährige Internet Expo hat sich trotz der allgemeinen Krise am Markt behauptet. Auch wenn die Hallen 1 und 2 im Erdgeschoss leer blieben, waren doch die Grossen der IT-Branche an der iEX vertreten. Der Telekommunikationsbereich bot ein etwas anderes Bild und reflektierte die Finanzknappheit der Mitbewerber der Swisscom deutlich, die wiederum einen

eindrucksvollen Auftritt bot. Messe-Homepage: www.iex.ch

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.

ENVIRONMENTAL ASPECTS

Richtigstellung

Backsteine vor Beton

Im Artikel «Backstein vor Beton» von Dr. Wilhelm P. Weller, in «Comtec» Nr. 3/03, Seite 38, wurde dargelegt, dass sich Backsteine aufgrund von Messergebnissen in den Labors von Swisscom Innovations zur Abschirmung elektromagnetischer Felder des Mobilfunks besonders eignen würden. Leider hat sich im Nachhinein für die Redaktion «Comtec» herausgestellt, dass die so gemachten Aussagen nicht zutreffen. Nachfolgend publizieren wir, nach Rücksprache mit Swisscom Innovations, eine entsprechende Richtigstellung.

Die betreffenden Messungen im EMV-Labor von Swisscom Innovations wurden im Auftrag des externen Kunden Technik-Umwelt Neosys durchgeführt. Nach den Erfahrungen sind die im Artikel genannten Abschirmwerte für Backsteine allerdings nicht nachvollziehbar.

Weil die Thematik der elektromagnetischen Immissionen gegenwärtig sehr kontrovers diskutiert wird und Swisscom aufgrund ihrer Erfahrungen die im Artikel gemachten Aussagen nicht stützen kann, nimmt Swisscom wie folgt Stellung:

- Im Artikel werden Abschirmwirkungen genannt, die ausschliesslich im Labor unter definierten Bedingungen gemessen wurden. Ob diese Werte an fertigen Bauten erreicht werden können, wird offen gelassen.
- Die Abschirmwirkungen im Artikel werden ohne konkrete Aussagen über

die verwendete Messgrösse genannt. Der Messwert kann sich deshalb auf die elektrische Feldstärke (die in der Schweiz für die Immissionsbeurteilung von Hochfrequenz-Sendeanlagen vorgeschrieben ist) oder auf die Leistungsflussdichte (Leistung pro Flächeneinheit) der Hochfrequenzwelle beziehen. Je nach verwendeter Messgrösse ergeben sich stark unterschiedliche Aussagen für die tatsächlich erreichte Abschirmwirkung.

- Aus zahlreichen Messungen im Labor wie auch in realen Situationen bei Sendeanlagen ergeben sich für normale Backsteine und übliche Mauerdicken Abschirmwirkungen von 4 bis 8 Dezibel. Dies entspricht einer Reduktion der elektrischen Feldstärke um den Faktor 1,6 bis 2,5 oder 37 bis 60%, also wesentlich geringere Werte, als in dem Artikel angegeben wurden.

- Aus der Erwähnung eines einzelnen Messwerts kann nicht generell abgeleitet werden, dass Backstein eine höhere Abschirmwirkung besitzt, als andere Baumaterialien wie beispielsweise Beton.
- Im Artikel wird suggeriert, dass es statistisch erhärtete Zusammenhänge zwischen häufigen Symptomen, wie etwa Schlafstörungen, und der Distanz zu Mobilfunkanlagen geben würde. Seriöse Untersuchungen, die derartige Zusammenhänge aufzeigen, gibt es jedoch nicht. Zudem ist aus zahlreichen Messungen erwiesen, dass ein einfacher Zusammenhang zwischen Distanz und gemessener Feldstärke in der Umgebung nicht gegeben ist, da die Winkelbeziehung zur Antenne und die Bebauung selbst die Signalfeldstärke viel stärker beeinflussen kann als der Abstand.

Unter Berücksichtigung dieser Überlegungen bedauert die Redaktion «Comtec» und Swisscom, dass dieser Artikel eher zur Beunruhigung der Leserschaft als zu einer Versachlichung der Diskussion beigetragen hat.

6