

## To be or not to be – Selbstdarstellung im Internet

**Unternehmen müssen sich heute im Wettbewerb zwei Welten stellen:**

- **der physischen der Ressourcen, die man sehen und fühlen kann und**
- **der virtuellen Welt, die aus Informationen besteht.**

**Damit beschrieben die Harvard-Professoren Jeffrey Rayport und John Sviokla die Gesetzmäßigkeit der Wirtschaft in Zeiten der weltweiten Computernetze. Die Begegnung zwischen Angebot und Nachfrage hat sich von einem Marktplatz in einen Marktraum gewandelt – der potentiell weltweit erschlossen werden kann.**

*Jahrgang 1972;  
Studium der  
Germanistik und  
Publizistik an  
der Universität  
Wien;  
zur Zeit als  
Chefin vom  
Dienst für die  
HighTech Presse  
(monatliche  
EDV-Beilage zur  
Tageszeitung  
„Die Presse“)  
tätig.*

Barbara Mayerl

Die Präsentation der eigenen Leistungen in diesem Medium erfordert damit neue Kommunikationsstrategien. Denn ohne triftigen Grund wird Sie niemand im Internet „besuchen“. Selbstdarstellung in Form einer herkömmlichen Firmenpräsentation im Internet genügt heute nicht mehr – die Pionier- und Versuchsphase ist definitiv vorbei. Werbung und Marketing im Internet erreichen beinahe genauso viele potentielle Kunden wie ein Fernsehspot – doch unter geänderten Gesetzmäßigkeiten. Der Leiter der interaktiven Kommunikationsabteilung eines amerikanischen Werbekonzerns beschrieb den erfolgreichen Weg zum

**Ohne triftigen Grund wird Sie niemand im Internet „besuchen“.**

Internet-Kunden mit vier Schritten – dieser müsse zuerst

- informiert,
- überzeugt,
- „verlinkt“ und dann
- zum Denken und Handeln gebracht werden.

Die Instrumentalisierung des Internet für die eigenen wirtschaftlichen Ideen muß sorgfältiger konzeptioniert werden, um Kunden zu interessieren und möglicherweise zu binden. Allerdings

haben im supranationalen, demokratisch-freien Handelsraum Internet Kleinstfirmen wie Riesenkonzerne dieselben Spielkarten im Kampf um den

Kunden. Mit innovativen Ideen und professioneller Umsetzung kann man im Netz reüssieren, möglicherweise sogar neue Märkte erschließen. Untersuchungen belegen auch, daß Unternehmen, die das Internet als Vertriebskanal nutzen, höhere Exportquoten haben.

### Selbstbedienung im Netz

Will man gediegen speisen, wird das Schild „Selbstbedienung“ am Eingang vielleicht abschrecken; doch der virtuelle Marktplatz Internet steht und fällt mit dieser Devise. Der Kunde schätzt es, das Angebot selbst zu begutachten und eine Wahl zu treffen und damit die Kontrolle zu haben. Der Internet-Kunde geht dem Anbieter auf dem Weg zum Geschäft gerne entgegen – wie er sich



im SB-Restaurant auch zur Vitrine begibt – wenn der Weg dahin möglichst einfach zu beschreiten ist, vielleicht sogar einen Vorteil bedeutet.

Dienstleistungen über Internet sind **rund um die Uhr** verfügbar. Waren und Dienstleistungen, deren unmittelbares Erleben nicht notwendig ist, werden immer mehr online verkauft. Wenn die Benutzeroberflächen einfach und überschaubar gestaltet sind, informiert sich und wählt der Kunde auch gerne selber. Mit durchdachten Präsentations- und Vertriebswegen wird der Kunde auch einen Teil der administrativen Abwicklung übernehmen, was dem Unternehmen Kosten sparen kann und den Kunden ein Gefühl der Unabhängigkeit vermittelt.

Zur Umsetzung der Unternehmensziele im Internet sollte man in jedem Fall auf kompetente Partner zurückgreifen, und dies gilt vor allem für die technische Realisierung.

**Drum prüfe, wer sich (ver)bindet...**

Vor allem die Wahl des Providers, denn die Auffahrt zur Datenautobahn will wohl getroffen sein. In Österreich bieten bereits mehr als hundert Provider ihre Dienste an, die unter dem Dachverband ISPA (Internet Service Provider Austria) zusammengefaßt sind; im Internet zu erreichen unter [www.ispa.at](http://www.ispa.at). Die Wahl

des Providers sollte nicht nur nach dem Preis getroffen werden, zumal sich die Kosten für einen Einzel-Account nicht gravierend unterscheiden.

Für den Geschäftsbereich bieten einige Provider umfassende Dienstleistungsangebote: Das reicht von der Gestaltung des Internetauftritts bis hin zum technischen Support in Sicherheitsfragen. Bevor Sie Ihren Provider suchen, sollten Sie sich eine kleine Checkliste anfertigen: Grundgebühren, Datenverkehr im professionellen Bereich, Verbindungsknoten des Providers (auch ins Ausland), Roamingabkommen, Kosten des internationalen Datenverkehrs, wie rasch und stabil ist das Netz des Providers und besonders Extra-Zuckerl (wie beispielsweise Internet-Auftritt), wo ist der Provider lokalisiert und hat er möglicherweise regionale Ableger für Unterstützung vor Ort. Besonderes Augenmerk sollte man auch auf den Telefon-Support legen. Wie freundlich und kompetent sind die Helfer am Tele-

fon, auf die man immer wieder mal zurückgreifen wird. Gerade die nicht „serienmäßigen“ Extras zeichnen den Provider aus.

**Virtuelle Panzerknacker**

Wer im Internet Geschäfte machen will, wird unwillkürlich mehr Informationen und Daten praktisch in die „Auslage“ stellen müssen. Auch interne Unternehmenskennzahlen lagern heute nicht mehr nur in Chefs Tresor. Dieser Datenverkehr fordert neue Konzepte in der internen Verwaltung und beim Transfer. Ihre internen Informationen könnten auch für einen findigen Mitbewerber genauso interessant sein, wie für ehemalige verärgerte Mitarbeiter. Sicherheitskonzepte müssen daher firmenintern wie -extern greifen.

Studien belegen, daß zwei Drittel der sicherheitskritischen Vorfälle in den eigenen Reihen verursacht werden, die gar nicht immer vorsätzlich passieren

**Dienstleistungen über Internet sind rund um die Uhr verfügbar.**

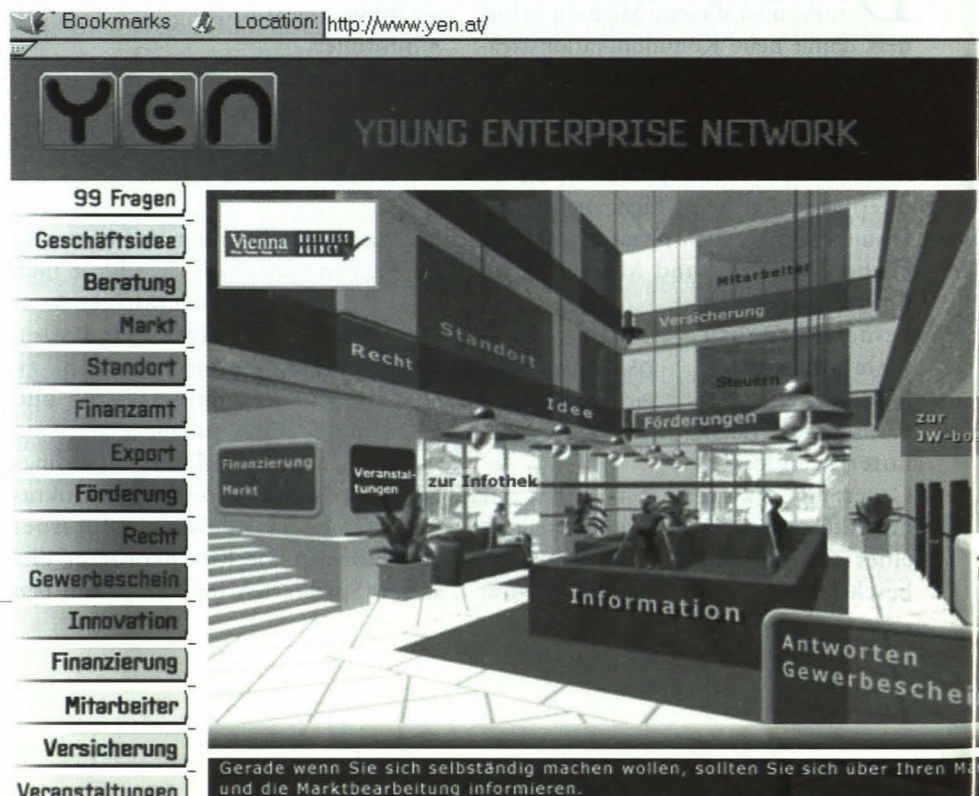


Abb. 1: Virtuelles Gründerzentrum der Wirtschaftskammer



# ascom – Telekommunikation für Anspruchsvolle

Design, Qualität und Nutzenoptimierung sind für uns keine Schlagwörter, sondern Maßstäbe, die wir uns als Ziel gesetzt haben. Überzeugen Sie sich selbst davon!

## Ascom Eurit ISDN-Komforttelefone

### Ascom Eurit 20

das Standardtelefon mit Wandmontagemöglichkeit

### Ascom Eurit 30

das Komforttelefon für bequemes Telefonieren

### Ascom Eurit 40

das Profi-Telefon mit integriertem Anrufbeantworter



## Ascom Schnurlostelefone

### Ascom Aruba

das formschöne Schnurlostelefon

### Ascom Jazz

DECT-Schnurlostelefon, dem Sie die feinsten Töne entlocken...

### Ascom Balerina

DECT-Schnurlostelefon, mit der Möglichkeit der Reichweitenerhöhung

### Ascom Xenia Plus

Schnurlostelefon mit integriertem Anrufbeantworter

## Ascom Komforttelefone Aura

### Ascom Aura I

mit Freisprechfunktion und Gebührenanzeige

### Ascom Aura II

mit großem Namenwahlspeicher

### Ascom Aura III

mit integriertem Anrufbeantworter



Weitere Produkte aus unserem Telekommunikationsbereich:

ISDN-Nebenstellenanlagen, Netzwerkprodukte, In-Door-Personenrufsysteme, Notrufsysteme, Pager...

Ascom Austria GesmbH  
Hohenbergstraße 20–22  
1120 Wien  
Telefon: (01) 81177-0  
www.ascom.at

**ascom** *denkt weiter*



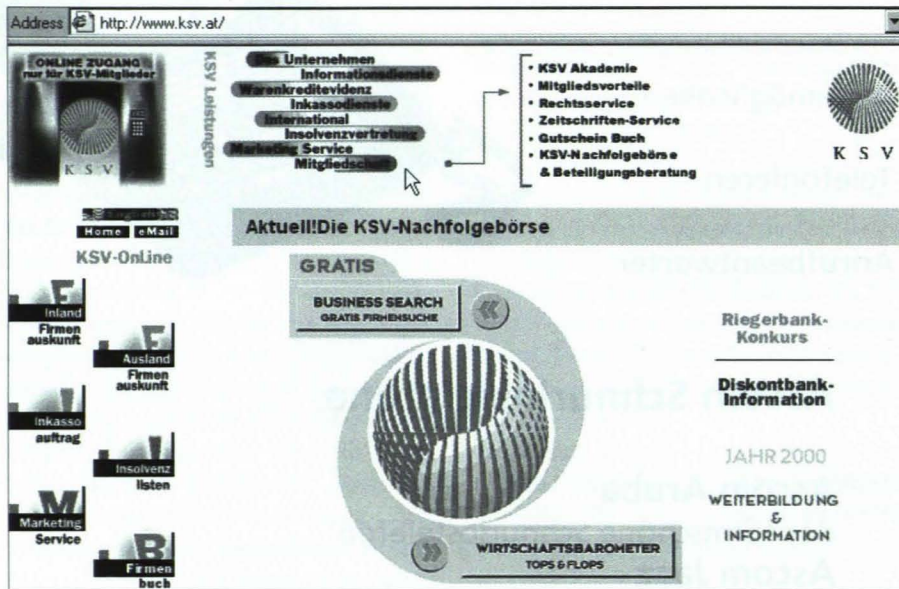


Abb. 2: Kreditschutzverband Online

müssen. Das Risiko läßt sich allein dadurch schon einschränken, daß man die Organisationseinheiten in der Firma klein hält und gegeneinander absichert. Doch gegen den Mitarbeiter, der im Nebenbüro unbefugt Informationen einsieht, greifen diese Maßnahmen nicht. Generell gilt: Den Kreis der Mitarbeiter, die Zugang zu sehr sensiblen Datenbeständen haben, möglichst klein zu halten; und das Sicherheitsbewußtsein der Mitarbeiter durch regelmäßige Schulungen zu sensibilisieren. Sollte ein Mitarbeiter ausscheiden, sollten unbedingt alle Accounts und Paßwörter gelöscht bzw. geändert werden, die er wissen könnte.

### Facharbeit statt Provisorien

Das Straßennetz der Datenautobahn ist für den Benutzer nicht immer klar durchschaubar, der Weg führt über unzählige Router (Verbindungselemente zwischen Netzwerksegmenten) und Rechner. Um ein Firmennetzwerk nach außen zu schützen, errichtet man Firewalls (digitale Feuermauern oder

Schutzwall), die unautorisiertes Eindringen verhindern.

Das optimale Sicherheitskonzept muß den jeweiligen Anforderungen angepaßt werden und sollte niemals kurzfristigen Kostenrechnungen zum Opfer fallen. Fahrlässigkeit in der Sicherheit kann dem Unternehmen schweren wirtschaftlichen Schaden zufügen. Für Industriespionage in Zeiten des Internet sind keine Heerscharen von Agenten notwendig – ein löchriges Sicherheitsnetz reicht aus. Ein Konzept, das in Kooperation des eigenen EDV-Betreuers, der die spezifischen Anforderungen im Haus kennt, und einem kompetenten Provider erarbeitet wird, zeitigt die Sicherheit „nach Maß“; die alle Parameter des Szenarios – von der Firmenstruktur bis zum Produkt – erfaßt.

Um eine sichere Auffahrt auf die Datenautobahn zu haben, empfiehlt es sich, auf das Know-how des Providers zu vertrauen. EUnet, größter Internet-Provider in Österreich mit internationalen Ablegern, bietet beispielsweise Sicher-

heits-Consulting an, wo nach eingehender Analyse gemeinsam individuelle „Sicherheitspakete“ geschnürt werden. Das Wissen wird in einem Modulsystem angeboten, das je nach Bedarf von der einfachen Serverinstallation bis zur kompletten Implementierung einer Firewall und Training reichen kann.

Dr. Christian Reiser, Sicherheitsbeauftragter bei EUnet, skizziert ein beispielhaftes Szenario. „Wenn eine fixe Verbindung bereits gegeben ist, also eine Standleitung, Router und NT-Rechner vorhanden sind, kann um ca. 84.000 Schilling eine fix und fertige Firewall aufgebaut werden.“ Dabei wird nach eigenen Aussagen besonders darauf geachtet, daß das Angebot wirklich zum Kunden paßt. Wenn eine Standardlösung wirklich nicht greifen sollte, erarbeitet man alternative Konzepte. Die Kostenfrage zur Internet-Sicherheit ist schwer zu generalisieren, denn – wie beim Autokauf – richtet sich der Preis nach den Anforderungen.

### Zahlen bitte...

Das Internet als Vertriebskanal forciert auch die virtuellen Zahlungsmethoden. Kreditkartenunternehmen und Banken sind die stärksten Triebkräfte für die Entwicklung sicherer Zahlungsstandards im Netz. Die Kreditkarte als ideales Zahlungsmittel für mittlere und größere Geldbeträge wird von Online-Verbrau-



chern immer stärker akzeptiert. Den Bedenken unsicherer Verbraucher versucht man mit innovativen Sicherheitskonzepten zu begegnen:

Seit kurzem bieten Visa und Mastercard den SET-Standard (Secure Electronic Transaction) auch in Österreich. Sobald der Besucher die Bestellung und damit auch den Zahlvorgang ausgelöst hat, aktiviert er damit automatisch eine Art elektronischer Geldbörse, ohne die Details seiner Kreditkarte preisgeben zu müssen. Dabei wird die Bestellung „autori- siert“ und verschlüsselt an den Händler weitergegeben, der allerdings nur die für ihn notwendigen Bestelldaten erhält. Die

**Demnächst wird man mit dem Internet-Anschluß auch gleich das Telefon mitbestellen.**

Kreditkartenfirma prüft die Bonität und gibt die Bestellung beim Händler frei. Der Kunde erhält online eine Bestätigung und hoffentlich auf schnellstem Wege die Ware...

### Kaffeesud-Lesen

Prognosen zur Zukunft des Internet gestalten sich selbst für Experten schwierig. In jedem Fall wird die dynamische Entwicklung dieses jungen Mediums rasant weitergehen. Christian Reiser beschreibt den kommenden Trend: „Telefonie und Internet werden zusammenwachsen, in absehbarer Zeit wird man mit dem Internet-Anschluß möglicherweise auch

gleich das Telefon bestellen.“ In diesem Sinne entwickeln sich auch die Internet-Provider in die Richtung eines Anbieters von Komplettlösungen, die sich noch stärker als bisher an den Anwendungen orientieren werden. „Das Internet wird von der klassischen Errichtung von IP-Anschlüssen weggehen. Es zeichnen sich Tendenzen ab, die in zwei Richtungen gehen. Einerseits Angebote mit Homepage, andererseits Angebote mit fertigem Security-Konzept.“

## buecher.de Der Internet-Buchladen

The screenshot shows the homepage of buecher.de, an online bookstore. The navigation bar includes links for HOMEPAGE, SUCHE, AGENT, BUCHGRUSS, BESTSELLER, FEEDBACK, WARENKORB, and MY ACCO. The main search area is titled 'Profisuche' and contains several input fields: 'Stichworte (Worte im Titel und Untertitel)' with the text 'selbstdarstellung im internet', 'Autor', 'Verlag oder Hersteller (bitte mit \* abschließen)', and 'ISBN, EAN oder Libri-Nummer'. There is also a 'Preisgrenze zwischen' field with 'und' in the middle and 'DM.' at the end. Below these fields are 'Suche starten' and 'löschen' buttons. To the left of the search area is a vertical banner for '24 STUNDEN VERSANDSERVICE' and a 'SHOPPING GUIDE' section. Below the search area are buttons for 'PROFISUCHE', 'STÖBERN', 'SCHNELLSUCHE', and 'BESTELLEN'. On the right side, there is a 'Kurztitelübersicht' section showing a list of books with their titles, authors, and prices. The books listed are: 'Augenstein, Heinz: Studienführer Wirtschaftswissenschaften', 'Mahler, Ralf: Studienführer Ingenieurwissenschaften', 'Schindler, Klaus: Mathematik für Ökonomen', 'Winsemann, Thorsten: Simulation mit WITNESS', and 'Taschenbuch für Wirtschaftsingenieure'.

Abb. 3: Der Internet-Buchladen