

Die Schweiz im

# FOCUS

Midrange MAGAZIN



Dezember 2001

Ausgabe 39

## Mehr Nähe zum Kunden

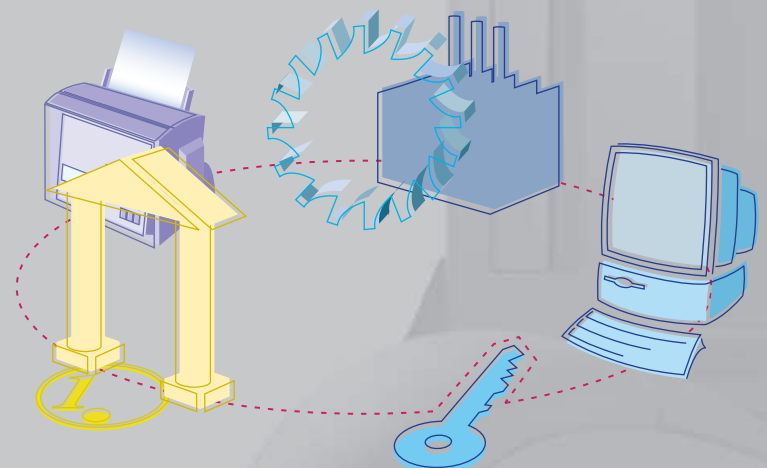
Die Antwort heisst CRM

## Vorbeugen statt klagen

Verbreiteter Mangel an ausgefeilten Sicherheitskonzepten

## Software für B2B-Kommunikation

Marktübersicht





## Extrawurst

Dass eine Leinwandgrösse als Präsident zu späten Ehren kommen kann, ist uns spätestens seit Ronald Reagan bekannt.

Jetzt will auch Microsoft-Gründer Bill Gates eine neue (Leinwand)Karriere starten. Wie imposant Microsoft-Führungskräfte mitunter auftreten, hat ja vor wenigen Wochen erst Steven Ballmer deutlich gemacht: Der Mitschnitt seiner gröhlenden Bekenntnisse für den Windows-Riesen ging in Windeseile digital um die Welt. Bill wird da wohl etwas länger brauchen...

Nötig hat Gates seinen neuen Job eigentlich nicht, als reichster Mann der Welt verkörpert er in einer amerikanischen TV-Komödie dann auch sich selbst: Er geht mit seinen ausschweifenden Lobeshymnen über Microsoft einem Therapeuten auf die Nerven, der seine Psycho-Erkenntnisse in einer Radio-Show verbreitet. Zeigt Gates Talent, kommen wir Europäer ja vielleicht auch bald in den Genuss seiner schauspielerischen Leistungen, möglicherweise als Nachfolger eines unserer betagteren Volksschauspieler, der sich das Fensterln

vor laufender Kamera nicht mehr zutraut. Vorerst bleibt dieses vermeintliche Vergnügen allerdings den NBC-Zuschauern vorbehalten...

Von sich reden macht auch der Rückversicherungskonzern Swiss Re: Er will jetzt angeblich vor Gericht klären lassen, ob es sich bei den Terroranschlägen in New York um ein Ereignis, oder um zwei separate Anschläge gehandelt hat. Der Pächter des World Trade Centers plädiert für die zweite Variante – und damit für eine doppelte Deckungssumme.

Und während die ganze Welt quasi Kopf steht, tun die Menschen das, was ihnen schon seit Menschengedenken das Überleben möglich macht: Sie verdrängen und – das dauert mitunter etwas länger – vergessen.

Vergessen tut auch die IBM, mitunter vergisst sie sogar, zu kommunizieren. Dabei hält sie mit den latest News eigentlich selten hinterm Berg: Schon wieder ein weltweit leistungsfähigster Server, schon wieder ein Millionen-Dollar-Outsourcing-Deal. Auch die neuesten Prozessoren stehen gern im Rampenlicht der Medien – leider nur nicht zur

Verfügung. Die Lieferprobleme, mit denen IBM in Sachen Prozessoren zu kämpfen hat, werden einfach totgeschwiegen. Der „Endverbraucher“ wundert sich schliesslich, warum seine neue Maschine nicht in den Laden kommt. „Nicht lieferbar“ lautete in meinem Fall die knappe Auskunft.

Auch einen ISDN-Adapter für die eServer sucht man bei Big Blue vergeblich: Die europäische Telekommunikationsvariante ist in den Staaten unbekannt, also gibt's von Big Blue auch keine Adapter. Wo kämen wir denn da auch hin, wenn jedes Land seine Extrawurst braucht?

*Herzlichst,*

*Ihr Michael Wirt*

Anzeige

<b>Edito</b> _____	<b>3</b>
<b>Mehr Nähe zum Kunden</b> _____ Die Antwort heisst CRM	<b>5</b>
<b>Auf Nummer sicher</b> _____ Web-Hosting Hand in Hand mit dem Kunden	<b>6</b>
<b>Der Mut zum ersten Schritt</b> _____ Massgeschneidertes CRM	<b>8</b>
<b>Vorbeugen statt klagen</b> _____ Verbreiteter Mangel an ausgefeilten Sicherheitskonzepten	<b>10</b>
<b>Lernen mit System</b> _____ Ausbildungs-Software für MS Office 2000-Anwender	<b>13</b>
<b>Marktübersicht: Software für B2B-Kommunikation</b> _____	<b>14</b>
<b>News</b> _____	<b>15</b>

## INSERENTEN

ANTARES .....	7	BRAIN-Schweiz .....	2	I.T.P.-Verlag .....	11, 16
AROA .....	9	COMMCARE .....	3		

## FOCUS

Herausgeber: Michael Wirt  
Chefredakteur: Michael Wirt (M.W.)

### Redaktion:

☎ (+49) 081 91/96 49-26  
✉ focus@midrangemagazin.de  
Regina Böckle (rb) · Thomas Seibold (T. S.)  
Klaus-Dieter Jäggle (KDJ)

### Anzeigen:

Waltraud Mayr · ☎ (+49) 081 91/96 49-23  
✉ waltraud.mayr@midrangemagazin.de

Erscheinungsweise: 12 Ausgaben pro Jahr,  
jeweils zum Ende des Vormonats

Urheberrecht: Alle im FOCUS erschienenen Bei-  
träge sind urheberrechtlich geschützt. Hiervon

ausgeschlossen sind abgedruckte Programme,  
die dem Leser zum ausschliesslich eigenen Ge-  
brauch zur Verfügung stehen. Das Verbot der Re-  
produktion bleibt jedoch unberührt. Aus der Ver-  
öffentlichung kann nicht geschlossen werden,  
dass die beschriebene Lösung oder verwendete  
Bezeichnung frei von gewerblichen Schutzrech-  
ten ist. IBM und AS/400 sind eingetragene Wa-  
renzeichen der International Business Machines.  
Namentlich gezeichnete Beiträge geben nicht  
unbedingt die Meinung der Redaktion wieder.

## VERLAG

I.T.P.-Verlags-GmbH  
Kolpingstraße 26, D-86916 Kaufering  
☎ (+49) 08191/9649-0,  
☎ (+49) 08191/70661  
✉ service@midrangemagazin.de

🌐 www.MidrangeMagazin.de  
Gesellschafter: U. E. Jäkel  
Geschäftsführer: Michael Wirt,  
Klaus-Dieter Jäggle  
Marketing: Klaus-Dieter Jäggle  
Abonnentenservice: (+49) 081 91/96 49-25

Bankverbindung Deutschland:  
Raiffeisenbank Kaufering  
Konto Nr. 537 500  
BLZ 701 694 26

Bankverbindung Schweiz:  
Postkonto 40/476215/5

## PRODUKTION

Satz + Druckvorstufe: Popp Media Service  
Produktion: Druckerei Joh. Walch

## Die Antwort heisst CRM

# Mehr Nähe zum Kunden

*Gepredigt wird es seit Jahr und Tag: Der Dienst am Kunden ist die beste Chance für ein Unternehmen, sich von den Konkurrenten zu unterscheiden – im positiven wie auch im negativen Sinn. Tatsächlich ist mangelnde Kenntnis der Kundenbedürfnisse in vier von fünf Fällen daran Schuld, dass ein Kunde für immer geht. Dabei ist es rund sechsmal teurer, neue Kunden zu gewinnen, als bestehende zu halten.*

Erfolgreiche Kleinfirmen praktizieren das ganz spontan, indem Sie auf die individuellen Bedürfnisse ihrer Kunden, die sie meist persönlich kennen, eingehen. Für grössere Unternehmen ist das wesentlich schwieriger, da sich die Kundenkontakte meist auf viele Mitarbeiter verteilen. Hier bietet sich einmal mehr die Informationstechnologie an. Relevante Kundeninformationen können systematisch gesammelt, gezielt ausgewertet und allen dazu Berechtigten jederzeit zur Verfügung gestellt werden. Kundenpflege auf dieser Stufe hat denn auch ein entsprechendes Schlagwort: CRM.

## Faktor Mensch ist nicht ersetzbar

Fachleute unterscheiden rund 20 CRM-Aktivitäten zur Erhöhung der Gewinnspanne eines Unternehmens. Zu den wichtigsten gehören das gezielte Einholen von Informationen über Kunden und natürlich der Kunden-Service. Diese beiden eignen sich hervorragend für den Einsatz von moderner Informationstechnologie – genauso wie Vertriebsplanung, Management- und Kontrollaufgaben. Doch aufgepasst: Gemäss einer Studie von Accenture (ex-Andersen Consulting) hängt die Wirkung von CRM lediglich zu 40 % von der Technologie ab. Eine fast

ebenso grosse Rolle – 30 % – spielt nämlich der Faktor „Mensch“. Denn nur mit guten und motivierten Mitarbeitern erzielt ein Unternehmen auch überdurchschnittliche Ergebnisse.

## Tops und Flops

Die Studie erklärt, wie man das am besten macht: mit Incentive-Programmen und grosszügigen Salären. Materielle Massnahmen allein reichen allerdings nicht: Wichtig ist auch die Kooperation untereinander. Die gewonnenen Kundeninformationen müssen miteinander geteilt werden und das Streben nach guten Kundenbeziehungen muss natürlich quer durch das ganze Unternehmen gehen. So nützt es wenig, wenn der Verkauf über das Call Center hervorragend organisiert ist, der gute Eindruck aber durch Pannen im Service flugs wieder zerstört wird.

Die Folgen können verheerend sein: Wer seine negativen Erfahrungen fleissig weitererzählt (was sehr oft geschieht), schadet dem betroffenen Unternehmen weit mehr, als diesem lieb sein kann. Ganz anders präsentiert sich die Situation im umgekehrten Fall: Wer wiederholt gut bedient wird, verzeiht auch mal einen größeren Schnitzer. Und falls er über diesen berichtet, wird weniger der Mängel betont als der gute Service, mit dem dieser ausgeglichen wurde.

## Technologische Integration

Auf der technischen Ebene verlangt richtig verstandenes CRM die Integration sämtlicher kundenrelevanten Prozesse – von der Identifikation und Qualifikation der Kunden über die Lieferung von Produkten und Service bis zum Ausbau der Geschäftsbeziehung durch so genanntes Cross-Selling. Die Basis für all diese Aktivitäten ist eine umfassende Kundendatenbank.

Sie gibt Aufschluss über den Wert jedes einzelnen Kunden – eine Grösse, die sich im Laufe der Zeit stark verändern kann. Regelmässige Kundenanalysen sind daher unerlässlich.

## Vertriebsmanagement

Wichtig ist auch das so genannte Vertriebsmanagement. Dabei geht es darum, verschiedene Kundensegmente zu definieren, Vertriebs- und Servicekanäle zu gestalten und anschliessend die Kunden entsprechend einzuteilen. Bei den Kanälen gewährt man den Kunden mit Vorteil ein Mitbestimmungsrecht: Sie können dann selbst entscheiden, wie sie mit dem Anbieter kommunizieren möchten. Die klassische und zugleich populärste Variante ist das Callcenter; auch Online-Services via Internet werden immer beliebter.

Die notwendige Synchronisation der unterschiedlichen Vertriebs- und Servicekanäle hat zu einer schrittweisen Erweiterung des herkömmlichen Callcenters geführt. Entstanden ist dabei das so genannte „Multimedia Contact Center“, mit dem sich heute etwa vier Fünftel der Kundenanliegen direkt behandeln lassen. Die restlichen werden zur Bearbeitung an Spezialisten im Backoffice weitergereicht.

## Fazit

Zweifellos: Richtig verstanden und implementiert, bringt CRM jedem Unternehmen einen spürbaren Gewinn. Mit dem Kauf einer entsprechenden Software ist es allerdings nie getan – das kann höchstens der erste Schritt sein auf dem langen Weg zur besseren Kundenpflege.

Felix Weber  
freier Fachjournalist

## Web-Hosting Hand in Hand mit dem Kunden

# Auf Nummer sicher

*Die anhaltenden Viren- und Hackerangriffe haben die Web-Hosting-Firmen auf ein wichtiges Thema sensibilisiert: Datensicherheit. Denn diese spielt für die Kunden eine zentrale Rolle. Um den kontinuierlich wachsenden Anforderungen gerecht zu werden, wurden die Schutzvorkehrungen drastisch erhöht. Gemeinsam mit den Kunden werden individuell abgestimmte Sicherheitskonzepte entwickelt und umgesetzt, um das Risiko von unerwünschten Zwischenfällen zu minimieren und unternehmensinterne Sicherheitsmängel gezielt auszumerzen.*

Absolute Sicherheit im Web gibt es nicht: Sobald Daten bearbeitet, über ein Netzwerk versandt werden und dadurch mehreren Personen zugänglich sind, besteht die Möglichkeit eines unerlaubten Zugriffs. Doch Jürgen Haller, Geschäftsleitungsmitglied des Zürcher Web-Generalunternehmers SwissWeb, relativiert die Gefahr: „Die in der Schweiz für Hacker interessanten Sites lassen sich an einer Hand abzählen.“ Wie eine Studie der International Data Corporation (IDC) zeigt, haben rund 90 Prozent der Verstösse gegen die IT-Sicherheit interne Ursachen und die daraus entstehenden Schäden werden in mehr als 45 Prozent der Fälle durch unzuverlässige Mitarbeiter verursacht. Darüber hinaus bilden Viren übers Internet und E-Mail-Systeme für Firmen noch immer die grösste Gefahr. Je mehr Daten gespeichert werden und je komplexer die Zugriffsmöglichkeiten über das Netz sind, desto dringlicher stellt sich die Sicherheitsfrage. Wer seinem Web-Hoster Daten anvertraut, will Gewähr, dass dieser die sensiblen Kundendaten vor unerlaubten Zugriffen schützt. Zahlreiche Massnahmen wie Firewalls, Intrusi-

on Detection Systeme, klare Zugangsberechtigungen und -kontrollen bieten mehr oder weniger Schutz vor Datenmissbrauch. Deshalb gehen einzelne Web-Hosting-Dienstleister bereits heute einen Schritt weiter und realisieren zusammen mit dem Kunden umfassende Sicherheitsstrategien. Denn ein lückenloses Sicherheitsmanagement ist ein Gesamtwerk, das aus vielen Mosaiksteinen besteht. Es erstreckt sich vom Netzwerkdesign über den Betrieb einer Firewall, 24-Stunden-Service für Hardware und Betriebssystem, laufenden Anpassungen an aktuelle Entwicklungen und der täglichen Sicherheitskopie bis hin zum Passwort- und User-Management.

### Firewalls – geregelter Schutz des Datenverkehrs

Im Rahmen von Konzepten zur Netzwerksicherheit werden Firewalls immer wichtiger. Sie agieren als Filter zwischen zwei Netzen und steuern den Datenverkehr auf Netzwerk-, Benutzer- und Dateiebene nach vordefinierten Regeln. Hierfür gibt es zwei Möglichkeiten: entweder sind grundsätzlich alle Berechtigungen gesperrt und einzelne Rechte werden gezielt vergeben oder alle Berechtigungen sind offen und die Zugriffe werden im Nachhinein eingegrenzt. Grundsätzlich hat die Firewall die Aufgabe, das Netzwerk durch klar bestimmte Zugriffskontrollen und Rechteverwaltung nach aussen zu schützen. Web-Hoster sichern damit in erster Linie das eigene Netzwerk. Doch übernehmen sie heute in zunehmendem Masse auch das Hosting der Firewall für den Kunden. Dadurch spart dieser sowohl die Kosten für eine eigene Lösung, als auch den Zeit- und Personalaufwand für deren korrekte Konfiguration. Denn auch die modernste Firewall erfüllt ihren Dienst nur bei sorgfältiger Definition aller gewünschten Sicherheitsrichtlinien. Und selbst dann bietet sie nur Schutz

innerhalb der vordefinierten Regeln. Ist ein Angreifer mit diesen Regeln vertraut, kann er trotz dieser Schutzmauer unbemerkt ins Netzwerk einbrechen.

### Intrusion Detection Systeme für erhöhte Einbruchsicherung

Um das Netzwerk effizient gegen Eindringlinge von aussen zu schützen, stehen heute bei den meisten Web-Hostern so genannte Intrusion Detection Systeme im Einsatz. Diese Systeme übernehmen die Funktion von Überwachungskameras. Durch ständige Beobachtung und sofortige Meldung ungewöhnlicher Aktivitäten können sowohl interne als auch externe Angriffe rasch entdeckt und die Reaktionszeiten drastisch verkürzt werden.

### Sicherheit durch Netzwerkarchitektur

Ein weiterer ausschlaggebender Punkt im IT-Sicherheitsgefüge ist die Stabilität des verfügbaren Netzwerkes. Während einige Web-Hoster auf geleaste oder fremde Systeme vertrauen, setzt SwissWeb GmbH auf die Vorteile einer Eigenentwicklung. Diese erlaubt es, Schutzmechanismen flexibel auf die aktuellen Sicherheitsanforderungen abzustimmen. Auch technische Neuerungen und Erweiterungen können so ohne grossen Zeitverlust implementiert werden. Jürgen Haller dazu: „Gerade im KMU-Segment ist es entscheidend, jederzeit auf veränderte Kundenbedürfnisse einzugehen und das Netzwerkdesign anpassen und verändern zu können“. Eine eigene Netzwerkarchitektur versetzt den Web-Hoster zudem in die Lage, diese laufend zu optimieren und neue Sicherheitslücken rasch zu schliessen. Dadurch wird die Basis für einen weitestgehend störungsfreien Betrieb und permanent „funktionierende“ Kunden-Web-Sites geschaffen, was zu erhöhter Kundenzufriedenheit führt und damit für den Web-Hoster eine effektivere Kundenbindung bedeutet.

## **Betriebsbedingte**

### **Sicherheitslücken schliessen**

Zu beachten ist ferner, dass Sicherheitslücken im Netzwerk nicht immer auf technische Mängel zurückzuführen sind. Oft sind Bedienungsfehler und der sorglose Umgang mit Daten und E-Mail-Systemen weit gravierender. „E-Mails sind Geschäftspapiere und sollten auch so behandelt werden“, erläutert Jürgen Haller. Doch trotz der steigenden Virengefahr werden sie bedenkenlos geöffnet und in alle Welt versendet; E-Mail-Adressen werden bereitwillig hinterlassen und persönliche Daten bei Gewinnspielen angegeben. Wer sich bewusst ist, dass jede Bewegung im Internet und jedes versandte E-Mail Spuren hinterlässt, wird sich zukünftig anders verhalten – oder sich einen Virus einfangen. „Wer Datenmissbrauch und Virenschäden vorbeugen will, muss die Mitarbeiter gezielt darüber aufklären. Denn selbst das beste Sicherheitskonzept kann die gewünschte Wirkung nur zeigen,

wenn die Netzwerkbenutzer mit den definierten Sicherheitsregeln vertraut sind und diese einhalten“, führt Jürgen Haller weiter aus.

### **Erhöhter Sicherheitsaspekt durch kundenspezifische Konzepte**

Da Sicherheit ein vielschichtiger Prozess ist, der umfassendes Know-how und ausgereifte Technologie erfordert, empfiehlt sich speziell für KMUs die Inanspruchnahme eines externen Spezialisten. „Out-of-the-Box“-Systeme mögen zwar für kleine Firmen oder Privatpersonen ausreichend sein. Doch wirklich sicher sind sie nicht, da sie die spezifischen Bedürfnisse nur selten gezielt abdecken. Ein kompetenter Web-Hoster kann dem KMU das erforderliche Know-how, professionellen Datenschutz, permanente Überwachung und sofortige Reaktion bei Netzwerkstörungen anbieten. Der Kunde kann sich weiter auf sein Kerngeschäft konzentrieren, die Kosten für seine Sicherheitsinfrastruktur optimal pla-

nen und nachhaltig senken. Ein wichtiges Entscheidungskriterium bei der Wahl des Hosters ist der angebotene Customizing-Grad. Um eine langfristige, auf gegenseitigem Vertrauen basierende Partnerschaft zu realisieren, müssen Bedingungen geschaffen werden, die Flexibilität bei Dienstleistung und Support gewährleisten. „Wir wollen mit dem Kunden wachsen und ihm diese Möglichkeit durch gemeinsam erarbeitete Sicherheitskonzepte anbieten. Hand in Hand stellen wir sicher, dass seine Bedürfnisse berücksichtigt und umgesetzt werden“, hält Jürgen Haller abschliessend fest.

*Der Autor Ronald Meier ist  
CEO der SwissWeb GmbH, Zürich.*

*SwissWeb GmbH  
CH-8052 Zürich  
☎ (+41) 01/3078010  
🌐 [www.swiss-web.com](http://www.swiss-web.com)*

Anzeige

---

## Massgeschneidertes CRM

# Der Mut zum ersten Schritt

## Die Legende vom Stau

Wenn in der IT-Branche ein Unwort des Jahres zu küren wäre, dann hätte der Begriff „Investitionsstau“ aussichtsreiche Chancen auf einen der vordersten Plätze. Doch sieht man einmal von der etwas gewagten sprachlichen Komposition ab, beschreibt er ein weit verbreitetes Phänomen, das für viele Softwaregattungen gilt und insbesondere im Umfeld von Kundenmanagement-Lösungen zum entscheidenden Wettbewerbsnachteil für „Zögerer“ und „Streicher“ führen kann.

## Zuviel des Guten

Die Zurückhaltung der Interessenten wird mittlerweile vielfach und völlig zurecht auf die falsche Interpretation des ganzheitlichen CRM-Aspekts zurückgeführt. Denn statt für eine breite Anwenderbasis eine überschaubare und erschwingliche Bandbreite an Funktionalitäten abzubilden, schwingen viele Anbieter die „CRM-Keule“ mit möglichst hundertprozentiger Viel-

falt. Damit erschlagen sie im wahrsten Sinne des Wortes ihre Interessenten. Dabei wäre doch denen zum Einstieg vielmehr mit grundlegenden Kundenmanagement-Features geholfen, die sich Schritt für Schritt zu einem Komplettsystem für Vertrieb, Marketing und Service ausbauen lassen und somit Return on Investment und Investitionsschutz auf einen Nenner bringen.

## Reduce to the Max

Wo das Grossunternehmen es sich vielleicht gerade noch erlauben kann, mit vollem Risiko auf das falsche Pferd gesetzt zu haben, um dann nach einem schmerzvollen Schnitt von vorne zu beginnen, gelten für kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) völlig andere Gesetze. Hier ist der Investitionsschutz obligatorisches Programm und die Sicherheit der bestimmende Grundsatz allen Handelns. Dieser gesunden Einstellung kommen natürlich gerade solche Preismodelle entgegen, die für einen stufenweisen Aufbau einer Lösung

entsprechend nur stufenweise Lizenzkosten in Rechnung stellen. Ganz abgesehen davon ist der phasenweise Einstieg in die Philosophie und Welt des CRM auch hinsichtlich des Lernaspekts von grossem Vorteil. Denn wer sich schrittweise mit einer Materie befasst, nimmt neue Dinge auch viel nachhaltiger an. Regelmässig wirkt sich daher die sukzessive Vorgehensweise auch auf die Motivation der Anwender aus – und um die zentrale Bedeutung des „an einem Strick Ziehens“ ist im CRM-Umfeld ja wohl längst alles gesagt.

## Mit dem Kleinwagen auf der Überholspur

Die Applikationen müssen mit den Anforderungen der Unternehmen wachsen können. Das gilt insbesondere für KMU, die sich durch Flexibilität und die notwendige „Phantasie“ auszeichnen, um immer wieder neue, durchaus auch unkonventionelle Wege zu gehen. Gerade das unterscheidet sie von schwerfälligen Grossunternehmen. Das ist in etwa zu sehen wie bei der „Karriere“ eines Autofahrers: Kaum jemand begibt sich mit dem Auto in den Strassenverkehr, ohne dort zuvor Erfahrungen mit dem Fahrrad oder vielleicht sogar Mofa gemacht zu haben. Meist handelt es sich bei dem ersten Auto auch eher um einen Klein- als um einen Sportwagen. Dieser klassische Weg berücksichtigt nicht nur die individuellen, sich fortentwickelnden Fertigkeiten und persönlichen Anforderungen, darüber hinaus reizt er auch alle Optionen des jeweils benötigten Fortbewegungsmittels aus, bevor der Schritt auf die nächste Stufe erfolgt.

## Wer überholt wen?

Vor diesem Hintergrund ist entgegen anders lautender Meinungen auch viel weniger die Gefahr zu sehen, dass mächtige CRM-Systeme die klassischen Ver-



triebssteuerungs- und Informationssysteme verdrängen. Vielmehr lässt der Markt eindeutig die Tendenz erkennen, dass die CRM-Monolithen insbesondere im Mittelstand immer schwerer den Zugang zu den Kunden finden. Unsere Erfahrungen zeigen, dass gerade hier die Zeichen der Zeit erkannt wurden und der Weg des kontrollierten Aufbaus einer Gesamtanwendung auf Basis eines modularen Konzeptes eindeutig der bevorzugte ist. Dabei steht ein praktikables Adress- und Kontaktmanagement an erster Stelle eines umfassenden Stufenkonzepts, sozusagen als Teil einer immer umfassenderen Lösung, die mit den Anforderungen und mit dem Anwenderunternehmen als solches wachsen kann. Wer hier von Beginn an auf eine Insellösung gigantischen Ausmasses verzichtet, erhält sich die Möglichkeit, das CRM-System organisch und flexibel auszuweiten.

#### **Generationswechsel**

Diese Situation geht einher mit dem Aufkommen einer neuen Generation von CRM-Kunden. Bislang dominierte der alteingesessene „Erkenner“ der früheren Jahre. Dieser befand sich in einer Art Patt-Situation, weil er zwar die Notwendigkeit eines strategischen Kundenmanagements erkannte, aber auch die Wirren der letzten zwei Jahre massiv miterlebt hat und mit ansehen musste, wie der Markt von Anbietern und Analysten künstlich aufgebläht wurde. In der Konsequenz sahen sich diese Entscheider in einen lethargischen Zustand hinein manövriert, in dem sie nicht mehr wussten, was sie machen sollten. Die neue Generation jedoch ist geprägt vom „Nutzniesser“-Typus. Dieser war vor zwei Jahren noch gar nicht soweit, sich konkret mit dem CRM-Thema auseinanderzusetzen. Folglich kann er jetzt unbedarft und frei von Vorurteilen herangehen und sich ohne Scheu für ein überzeugendes Stufenkonzept entscheiden.

#### **Auf den Punkt gebracht**

Es geht heute im CRM nicht mehr darum, hundert Prozent aller Möglichkeiten für einige wenige, sondern eher weniger Möglichkeiten für viele anzubieten. Denn die Wenigen sind zwar theoretisch

gesehen glücklich, in der Praxis aber eher frustriert, weil sie den Ferrari vor der Tür stehen haben, diesen aber aus den unterschiedlichsten Gründen heraus gar nicht oder nur im Parkhaus fahren können. Ausserdem war die Anschaffung teuer und es kommen hohe Nebenkosten hinzu, die den Spass an der Sache schnell vergehen lassen. Im Gegensatz dazu ist die breite Basis mit zunächst weniger ausgeprägter Funktionalität glücklich und zufrieden, weil sie zu einem günstigeren Preis die Möglichkeiten der Software ausloten und diese jederzeit erweitern kann.

#### **Die Zukunft hat begonnen**

Sicherlich ist es immer ein Weg, sich zurückzulehnen und dem Treiben auf dem CRM-Markt relativ entspannt zuzusehen – sollen sich doch die anderen blutige Nasen holen. Das birgt jedoch das unkalkulierbare Risiko, dass sich ein Mitbewerber der Materie differenziert annimmt und sich durch den konsolidierten Einstieg einen Vorsprung verschafft, der nur schwer wieder einholbar ist. Diese passive Einstellung ist zudem alles andere als die des Mittelständlers, der durch seine Tatkraft und kurzen Entscheidungswege doch dahin gekommen ist, wo er heute steht. Nicht zuletzt diese proaktive Haltung macht trotz eingeschränkter Budgets auch den Umgang mit mittelständischen Unternehmen für einen Softwareanbieter sehr attraktiv. Team Brendel wird daher auch künftig den Weg ohne Risiken und Einstiegsbarrieren für den Anwender weiter verfolgen, der es diesem auf der Grundlage einer soliden Preispolitik ermöglicht, Erfahrungen zu sammeln, diese zu beurteilen und das CRM-System ganz nach Bedarf weiter auszubauen – so wie es seine Sicherheitsbedürfnisse erfordern und ohne dafür auf notwendige Funktionalität verzichten zu müssen.

*Der Autor Michael Brendel,  
ist CEO der Team Brendel AG  
in CH-4053 Basel.*

☎ (+41) 061/338377-1

🌐 [www.team-brendel.ch](http://www.team-brendel.ch)

## Verbreiteter Mangel an ausgefeilten Sicherheitskonzepten

# Vorbeugen statt klagen

*Natürlich haben Sie die Minimalstandards für die Sicherheit Ihres Unternehmensnetzes eingehalten: Firewall, Security-Scanner und Intrusion Detection Systeme sind im Einsatz. Auch gegen die zehn grössten Bedrohungen aus dem Internet sind Sie gewappnet. Und dann ist es trotzdem passiert: ein Angriff hat erfolgreich stattgefunden. Ausgefeilte Sicherheitskonzepte können grösseren Schaden verhindern.*

Die meisten Unternehmensnetze sind heute standardmässig mit Firewall, Security-Scanner und Intrusion Detection-Systemen vor Hackern geschützt. Böswillige Eindringlinge finden dennoch immer wieder neue Lücken in den Sicherheitssystemen.

Die Firewall z. B. ist die erste Abwehr. Wenn sie jedoch nicht korrekt eingerichtet ist, öffnen sich Lücken für Eindringlinge. Aber selbst eine einwandfrei konfigurierte Firewall kann einen Angriff nicht verhindern, wenn er über ein Modem läuft, das die Firewall umgeht. Zusätzliche Abwehrmassnahmen wie z. B. ein Security-Scanner müssen eingeführt werden. Diese Scanner arbeiten nach einem einfachen Prinzip: Einmal im Local Area Network (LAN) implementiert, analysieren sie durch simulierte Angriffe mögliche Schwachpunkte. Die Sicherheitslücken werden sofort angezeigt und der Scanner schlägt entsprechende Verbesserungen zum Schutz vor. Ein Intrusion Detection System (IDS) geht noch einen Schritt weiter: Diese Systeme basieren auf der Idee, den Hacker nicht sofort aus dem Netz zu verbannen. Der Eindringling wird stattdessen verfolgt und

isoliert. So gewinnt man Zeit, ihn aufzuspüren, etwas über seine Identität herauszufinden und, wenn notwendig, eine Strafverfolgung in die Wege zu leiten.

### Fehlverhalten im Unternehmen

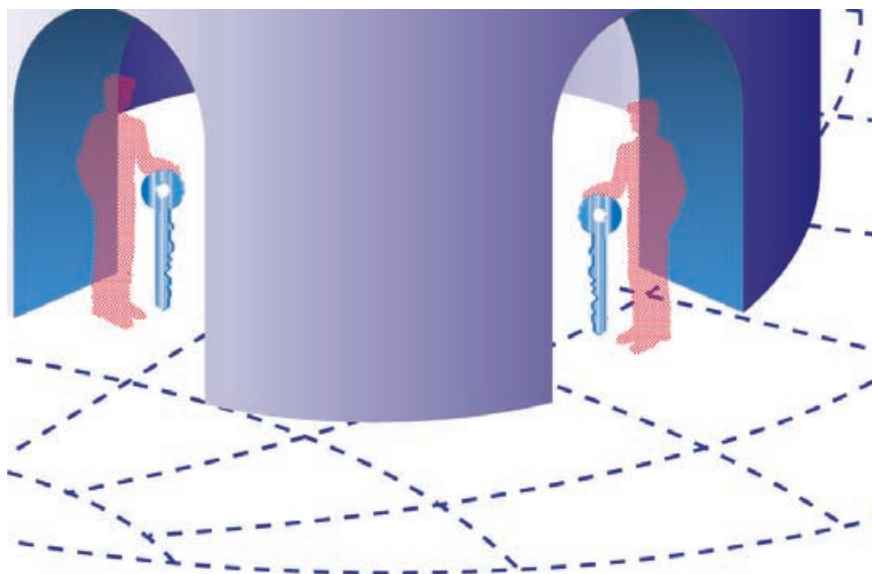
Gehen wir kurz auf einige mögliche Attacken, Sofortmassnahmen und eventuelle rechtliche Konsequenzen ein. Als erstes ist zu klären, ob der Angriff von aussen oder von innen stattgefunden hat und von welcher Natur er ist. Angriffe von innen können beispielsweise Fehlverhalten von Mitarbeitern aus Unkenntnis oder aber der absichtliche Zugriff auf vertrauliche Daten sein. Abhilfe ist hier schnell geschaffen, indem der entsprechende Account sofort gesperrt wird. Ist das Fehlverhalten auf Unwissenheit zurückzuführen, wird eine Abmahnung in Kombination mit entsprechender Schulung des Mitarbeiters sicherlich dafür sorgen, dass eine Attacke künftig verhindert wird. Wurde der Angriff aus Böswilligkeit verübt und messbarer Schaden angerichtet, wird wohl jedes Unternehmen die eigenen Schritte in die Wege leiten.

### Eindringen ehemaliger Mitarbeiter

Manchmal entwickeln entlassene und enttäuschte Mitarbeiter Rachegefühle und verfolgen dann das Ziel, dem ehemaligen Arbeitgeber Schaden zuzufügen. Solche Racheakte können vom Löschen von Daten bis hin zur Industriespionage gehen. Oftmals machen es die Unternehmen solch Rachsüchtigen zu einfach, indem Mitarbeiter-Accounts und Passwörter nicht umgehend gesperrt werden. Hier sollte eine eindeutige Policy regeln, wie nach dem Ausscheiden eines Mitarbeiters – und gegebenenfalls sogar schon sofort nach einer Kündigung – vorzugehen ist.

### Virenattacke via e-Mail

Der Einsatz von Virenschernern ist selbstverständlich. Bei der stetig steigenden Zahl an neuen Mail-Viren ist aber auch das aktuelle Programm oft überfordert. Als sich vor zwei Jahren das Melissa-Virus ausbreitete, wurde in vielen Unternehmen erheblicher Schaden angerichtet. Das Makro-Virus, das per E-Mail in Form einer angehängten Microsoft Word-Datei verschickt



wurde, infizierte beim Öffnen dieser Datei alle installierten Word-Dateien auf dem Rechner und verschickte sich per Outlook automatisch an 50 weitere Adressaten. Da blieb vielen Systemadministratoren nur noch die Möglichkeit, den Mail-Server abzuschalten, um grösseren Schaden zu verhindern. Um in Zukunft auf Nummer Sicher zu gehen, sollten die Mitarbeiter immer wieder darauf hingewiesen werden, generell keine unbekannt Word-Dateien aus E-Mails zu öffnen, und besonders nicht solche, die mit „Important Message from [Absender]“ bezeichnet sind. Die absichtliche Verbreitung eines Virus durch die eigenen Mitarbeiter ist in der Regel eher unwahrscheinlich und daher strafrechtlich kaum zu ahnden. Hier müsste schon Böswilligkeit nachgewiesen werden. Das Schreiben eines Virus ist übrigens in der Schweiz nicht strafbar. Nur wenige Staaten sprechen ihren Bürgern derzeit das Recht ab, Viren zu schreiben. Finnland z. B. hat im September 1999 ein Gesetz verabschiedet, welches das Schreiben und Verfügbarmachen eines Virus unter Strafe stellt, selbst wenn

noch niemand geschädigt wurde. Allein die Tatsache, dass eine Schädigung möglich ist, reicht hier schon für eine Verurteilung aus.

### Hacker im Unternehmensnetz

Eine bekanntlich grosse Gefahr stellen Hacker dar. Sie klinken sich von aussen in das LAN ein und treiben ihr Unwesen. Dabei spielt es zunächst keine Rolle, ob der Eindringling bösartig ist und Firmengeheimnisse ausspähen will oder ob er nur beweisen möchte, prinzipiell in das Netz einbrechen zu können. Ein Schaden – z. B. Image- und Vertrauensverlust - entsteht in jedem Fall. Mit zunehmender Anzahl von Remote-Access-Punkten steigt die Gefahr, dass sich Unbefugte ins Firmennetz einloggen können. Hier bietet nur eine Kombination aus organisatorischen Regeln und Technik effizienten Schutz. Wird ein Hacker im Netz festgestellt, sollte in jedem Fall sofort ein aktuelles Backup erstellt werden, denn der Eindringling könnte Daten löschen. Niemals aber sollte ein Backup über ein altes gefahren werden, denn ein Schaden könnte bereits ange richtet sein. Es empfiehlt sich auch, den

betroffenen Rechner für einige Zeit aus dem Verkehr zu ziehen oder für immer umzutaufen, falls sich der Hacker mit (praktisch unabwendbaren) Denial of Service-Attacken rächen will.

### Schutz durch Sicherheitskonzepte

Vorbeugen ist billiger, als hinterher den Schaden beheben zu müssen. Dem Einplanen von Sicherheitsaspekten im Unternehmen muss besonderes Augenmerk gewidmet werden. Effizientem Schutz liegt ein ausgereiftes Sicherheitskonzept zu Grunde, bestehend aus technischen Systemen und organisatorischen Regeln. Jedes Sicherheitskonzept beginnt mit einer Analyse der Risiken und Gefahren, denen das Unternehmensnetz ausgesetzt ist. Auch Szenarioanalysen oder Simulationsstudien sind Teil eines umfassenden Sicherheitskonzepts. Im Rahmen einer Szenarioanalyse werden hypothetische Ereignisse konstruiert, die einen Sicherheitsvorfall zur Folge haben können. Hierbei beschränkt man sich auf realistische Situationen. Simulationsstudien hingegen bilden einen Analysebereich detailgetreu nach und simulieren die möglichen Einwirkungen von Gefahrenquellen.

## Massnahmen für mehr Sicherheit in Unternehmensnetzen

### – Analyse

Welche Arten von Schwachstellen sind im Netzwerk vorhanden? Welche unternehmenskritischen Daten sollen geschützt werden? Welche Geschäftsprozesse unterliegen einem hohen Sicherheitsrisiko? Eine Analyse macht das Risiko besser einschätzbar.

### – Umsetzung

Sinnvolle Analyse und Planung spart viel Geld bei der Realisierung. Sicherheitslösungen müssen richtig kombiniert und sinnvoll installiert werden, damit das Sicherheitskonzept tadellos funktioniert.

### – Mitarbeiterschulung

Nur gut informierte und kontinuierlich geschulte Mitarbeiter können massgeblich zur Sicherheit im Unternehmen beitragen. Regelmässige Information ist daher essenziell.

### – Planung

Wie erreicht das Netzwerk einen sicheren Status? Wo müssen Intrusion Detection Systeme eingesetzt werden? In der Planungsphase werden Sicherheitsrichtlinien, technische Abläufe zur Umsetzung der Massnahmen sowie Aktionspläne für alle erdenklichen Ereignisse erarbeitet.

### – Überwachung

Es ist wichtig herauszufinden, ob und wie sich der aktuelle Sicherheitsstatus gegenüber der letzten Analyse verändert hat. Gibt es Veränderungen im Netzwerk? Wurde neu bzw. umkonfiguriert? Haben sich dadurch neue Schwachstellen ergeben? Eine kontinuierliche Überwachung ist unerlässlich, damit neue Sicherheitslücken geschlossen werden können.

### Differenzierte Risikoanalyse

Um bei der Risikoanalyse strukturiert vorzugehen, wird zunächst zwischen internen und externen Gefahrenquellen unterschieden. Als interne Gefahren können - siehe oben - das Fehlverhalten von Mitarbeitern oder der absichtliche Zugriff auf vertrauliche Daten definiert werden. Externe Bedrohungen entstehen z. B. durch die genannten Viren oder Hacker-Angriffe. Die Sicherheit des Netzwerkes hängt somit zum einen von der Qualifikation der eigenen Mitarbeiter und zum anderen von den vorhandenen Schnittstellen nach aussen ab. Ein gutes Sicherheitskonzept beinhaltet alle identifizierten Angriffspunkte, aber auch die Wahrscheinlichkeit eines Vorfalles. Selbst wenn manche Angriffspunkte zunächst abwegig erscheinen, muss eine Risikoanalyse auf sie eingehen. Wie gut der Schutz durch entsprechende Sicherheitssysteme tatsächlich ist, hängt von der Genauigkeit dieser Analyse ab.

### Sicherungsstrategie entwickeln

Der Risikoanalyse folgt die Entwicklung einer Sicherungsstrategie. Je nach identifizierten Gefahren sind mögliche Sicherungen zu planen. Wichtig ist, nicht nur über Schutz- und Blockademechanismen zu verfügen, sondern auch über so genannte Alerting-Funktionen, die bei Angriffen oder entsprechenden Gefahren sofort Alarm schlagen. Danach gilt es, die möglichen Quellen für Gefahren aufzuspüren. Diese können nach Gefahrenpunkten und Art der Bedrohung gruppiert werden. Identische Gruppen, z.B. die Bedrohung durch Viren, werden dann mit einem einheitlichen Konzept bekämpft.

Sicherheitskonzepte sind niemals statisch, sondern müssen sich neuen Technologien anpassen und einen dynamischen Prozess durchlaufen. Nachdem mögliche Angriffspunkte beseitigt worden sind, müssen die Unsicherheitsfaktoren kontinuierlich überwacht werden. Nur durch ständige Beobachtung von Veränderungen können die Ursachen immer wieder auftretender Schwachstellen erforscht und effektiv beseitigt werden. Ein Handbuch hilft Systemverantwortlichen, bei Vorfällen schnell und vor allem richtig zu reagieren. Detaillierte Vorschriften, welche technischen oder organisatorischen Massnahmen in welcher Reihenfolge zu treffen sind, tragen dazu bei, den Schaden zu begrenzen. Und last but not least: Wichtige Faktoren eines umfassenden Sicherheitskonzeptes sind die eigenen Mitarbeiter. Sie müssen über die Sicherheitsrichtlinien des Unternehmens informiert und geschult werden, damit sie einen wesentlich und wichtigen Teil zur Sicherheit des Unternehmensnetzes beitragen können.

Der Autor Marcel Beil ist Country Manager der Symantec (Switzerland) AG CH-8404 Winterthur  
☎ (+41) 052/24439-39  
🌐 [www.symantec.ch](http://www.symantec.ch)

## Ausbildungs-Software für MS Office 2000-Anwender

# Lernen mit System

*Das Microsoft Office Software-Paket ist umfangreich. Doch wer kennt schon all die vielen Befehle, die es in Word, Excel, Outlook und Powerpoint zu beherrschen gilt? Selbst versierte Anwender nutzen meist nur einen Bruchteil der von der Software angebotenen Möglichkeiten und müssen dabei oft noch das Handbuch oder zeitraubende Hilfsfunktionen konsultieren.*

Abhilfe schafft jetzt die von der IBM-Tochter Catapult entwickelte Office 2000-Ausbildungssoftware SystemONE. Eine interaktive Umgebung, eine ausgeklügelte Wissensstands-Analyse und die flexible Kurs-Konzeption ermöglicht es jedem Benutzer, einen individuellen Lernpfad zu erstellen. Auf diese Weise wird SystemONE sowohl den Anforderungen von Anfängern als auch von Fortgeschritten gerecht und eignet sich als Aus- und Fortbildungsinstrument für Office-Anwender jeder Alters- und Kenntnisstufe.

### Wissens-Test vor Ausbildungsbeginn

Ein Einstufungstest, der am Anfang der Schulung zu absolvieren ist, ermittelt den aktuellen Wissensstand des Auszubildenden. Der Computer teilt dann mit, dass z.B. 25% der von Word angebotenen Anwendungsmöglichkeiten bereits beherrscht werden. Ausgehend von diesem Level entwickelt das System im Anschluss einen individuellen Lernpfad, der – bestimmt vom Lerntempo – den Anwender bis zur 100%igen Beherrschung des entsprechenden Programms führt.

### Zuschauen –

### Ausprobieren – Anwenden

Die Kurse verwenden drei unterschiedliche Schulungsmethoden, die je nach Bedürfnis des Anwenders in ihrer Gesamtheit oder einzeln durchgeführt werden können: 1. „Zuschauen“ bei einer animierten Simulation der Tätigkeit bzw. der Übung mit gleichzeitiger Audio-Begleitung. 2. „Ausprobieren“ einer Übung gemäss detaillierter Schritt-für-Schritt-Anleitung. 3. „Anwenden“ einer Übung mit eingeschränkter Anleitung. Sind die Lernkapitel absolviert, kann der Benutzer seine neu erworbenen Kenntnisse an einer speziellen Anwendung erproben, welche die Schlüsseltätigkeiten des Moduls zu einem realistischen Geschäftsproblem kombiniert. Zum Abschluss ist dann noch die grosse Prüfung zu absolvieren – und wer die besteht, erhält vom Computer ein Zertifikat. Dieses bescheinigt, wieviele Programmfunktionen der Anwender aktuell bereits beherrscht. Das Ergebnis wird in Prozent ausgegeben und zeigt auf, wie nah man dem Ziel von 100% bereits gekommen ist.

Derzeit sind zwei Versionen erhältlich: Die Multi-CD-Box „Performance-Based Training“ vermittelt die Grundlagen von Word, Excel und Outlook 2000. Für fortgeschrittene Office-Benutzer gibt es zusätzlich die Multi-CD-Box „Performance-Based Training II“, die sich mit der intensiven Schulung von Word, Excel und Powerpoint 2000 befasst. Beide Schulungsprogramme enthalten jeweils drei multilinguale CDs in deutsch, französisch und englisch.

HCS-Systems SA  
CH-8706 Meilen  
☎ (+41) 01/9235423

## Marktübersicht

# Software für B2B-Kommunikation

*Der Brief ist out, es lebe der Brief! – Nur dass er heute nicht mehr per Post, sondern per e-Mail verschickt wird. Kommunikationsformen sowohl im privaten Bereich, als auch Kontaktarten zwischen Mitarbeitern von Unternehmen sind starken Veränderungen ebenso unterworfen wie der Datenaustausch zwischen Unternehmen selbst.*

Unsere Marktübersicht soll Ihnen einen aktuellen Überblick sowohl über neueste Kommunikationsformen z.B. über das Internet, aber auch über herkömmliche Kommunikationsmedien wie Telefon und Fax bieten. Mein liebstes Medium ist nach wie vor das Telefon. Wo sonst kann ich kurz und bündig wesentliche Informationen im Zwiegespräch mit dem Partner abstimmen. Trotzdem stellt e-Mail und nicht das Telefon mein am häufigsten benutztes Medium dar.

### Web-Kommunikation

Ich denke, es ist unbestritten, obwohl bereits viele Unternehmen mit Internet und e-Mail arbeiten, muss ein großer Teil der Kommunikation zwischen Geschäftspartnern noch auf das Web verlagert werden. Über relativ statische Informationen kann hier jedoch keine Interaktion statt-

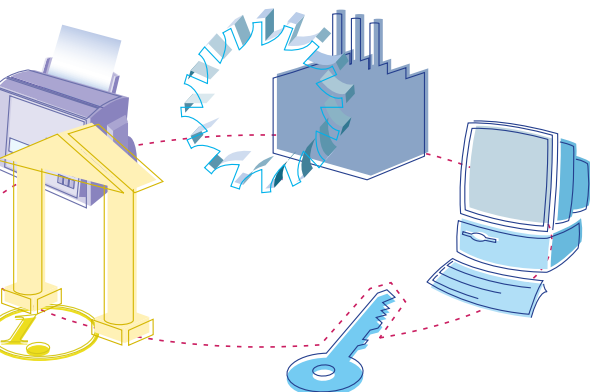
finden. Lieferanten müssen zu Dienstleistern werden und versuchen, immer wiederkehrende Informationsanforderungen über intelligente Suchtechnologien für jedermann zu automatisieren. Artikel- und Preisinformationen müssen kundenbezogen recherchierbar und übertragbar gemacht werden, so dass jeder Kunde zu jeder Zeit seine Informationen abrufen und in seine Anwendungen importieren kann. Nur so lässt sich ein Rationalisierungseffekt in immer wiederkehrenden Abläufen zwischen Anfrage und Angebot erreichen.

### Tabellen

In der folgenden Tabelle finden Sie ihre Anbieter von Lösungen zur B2B-Kommunikation in der Schweiz. Im Midrange MAGAZIN berichten unter anderem Anwender von ihren Erfahrungen bei der Installation und dem Einsatz einiger der vorgestellten Lösungen (ab Seite 57). Die wichtigsten Leistungsmerkmale der Produkte finden Sie tabellarisch dargestellt ebenfalls im Midrange MAGAZIN auf Seite 56. Die gesamte Tabelle mit allen Merkmalen sowie Links zu den Produktseiten der Anbieter finden Sie jedoch auch wie immer unter [www.midrangemagazin.de/magazine\\_mue.cfm](http://www.midrangemagazin.de/magazine_mue.cfm).

R.E.

Anbieter, Ort, Telefon, Internetadr.	Produktname
BIServices, CH-St. Gallen, (+41) 071/280505, <a href="http://www.biservices.ch">www.biservices.ch</a>	4WBS
BISON, CH-Sursee, (+41) 041/9260260, <a href="http://www.bison-group.com">www.bison-group.com</a>	alpha.px2
ComUP, CH-Wollerau (+41) 01/7870565, <a href="http://www.compu.ch">www.compu.ch</a>	C3 und C3000
Datasave, CH-Adligenswil, (+41) 041/3757676, <a href="http://www.datasave.ch">www.datasave.ch</a>	DIVers++
Genesys, CH-Oberbuchsalten, (+41) 062/3930231, <a href="http://www.genesyslab.com">www.genesyslab.com</a>	Genesys Solutions
infor, CH-Winterthur, (+41) 052/2649292, <a href="http://www.infor.ch">www.infor.ch</a>	infor:com
Integralis, CH-Kloten, (+41) 01/8049800, <a href="http://www.integralis.ch">www.integralis.ch</a>	F-Security
Intentia, CH-Zug, (+41) 041/7486868, <a href="http://www.intentia.ch">www.intentia.ch</a>	Movex
K+H Software, CH-Lachen, (+41) 055/4623443, <a href="http://www.kh-software.ch">www.kh-software.ch</a>	sou.MATRIX
MCN IT/INOVIS, CH-Bubikon, (+41) 055/2534488, <a href="http://www.mcnit.com">www.mcnit.com</a>	Pulse, Faxgate, VSI-Fax, VSI Fax for Notes
Mepa Data, CH-Kloten, (+41) 01/8001030, <a href="http://www.mepa.ch">www.mepa.ch</a>	ML, MLTALK
PSI, CH-Schwerzenbach, (+41) 01/8252501, <a href="http://www.psi.ch">www.psi.ch</a>	PSIPENTA.COM
Seeburger, CH-Lachen, (+41) 055/4510690	Business Integration Suite
SoftM, CH-Glattbrugg, (+41) 01/8110310, <a href="http://www.softm.ch">www.softm.ch</a>	SoftM Suite
Straton, Dornburg, (+49) 06436/941630, <a href="http://www.straton-itc.de">www.straton-itc.de</a>	IMSYS
Streamserve, CH-Lenzburg, (+41) 062/8853090, <a href="http://www.streamserve.com">www.streamserve.com</a>	StreamServe Business Communication Platform
Sunnybit, CH-Mellingen, (+41) 056/4818033, <a href="http://www.sunnybit.com">www.sunnybit.com</a>	Brio One, SAMAC, KYEN, Databeacon, HIT
Sysprint, CH-Schlieren, (+41) 01/7302345, <a href="http://www.sysprint.ch">www.sysprint.ch</a>	Safepipe, Masquerade, AVIVA, Web to Host, Diva, Natscreen, Watchguard, CheckPoint
Toolmaker, CH-Luzern, (+41) 041/2400084, <a href="http://www.toolmaker.ch">www.toolmaker.ch</a>	DirectFax, DirectMail, DirectDial, GSMText,



## Mount10 übernimmt Hicomp USA

Der Application Infrastructure Provider Mount10 gab Mitte Oktober bekannt, dass in einer Aktien-Transaktion die Firma Hicomp America, Inc. (Spring, Texas, USA) zu 100 Prozent übernommen wurde. Die Übernahme erweitert das Angebot in den Geschäftsbereichen Datenbackup und -recovery. Zu den von Hicomp USA betreuten Kunden gehören Unternehmen wie z. B. Hewlett-Packard und General Mills.

Mount10 Holding AG  
CH-6343 Rotkreuz  
☎ (+41) 041/7983344  
🌐 www.mount10.com

## Borland verstärkt Präsenz

Borland eröffnet eine neue Niederlassung in Zürich und betreut von dort aus hauptsächlich Behörden und öffentliche Institutionen. District Manager für die Schweiz ist Thorsten Günther. Er berichtet an Josef Narings, der als General Manager die Geschäfte in Zentraleuropa leitet. Exklusivpartner für Consulting, Schulungen und Vertrieb in der Schweiz ist die MTF AG, e-Solutions Center. Die MTF Gruppe ist mit 17 Geschäftsstellen und zwei Kompetenzzentren flächendeckend in der Schweiz präsent. Rund 400 Mitarbeiter betreuen etwa 8000 Kunden mit nationaler und internationaler Ausrichtung.

Borland  
D-63225 Langen  
☎ (+49) 06103/979-150  
🌐 www.borland.com

MTF AG  
CH-5432 Neuenhof  
☎ (+41) 056/416329-2  
🌐 www.mtf.ch

## DEFENDO jetzt in der Schweiz erhältlich

Linogate, Hersteller von Internet Appliance Produkten, hat mit der OSS Outsource Services AG einen Distributionsvertrag für den Schweizer Markt abgeschlossen. Die Internet-Blackbox-Komplettlösung Defendo ist damit ab sofort unter dem Namen „defend-oss“ auch in der Schweiz erhältlich. Defendo wurde in Deutschland exakt für die Zielgruppe konzipiert, die von der OSS als Value Added Distributor in der Schweiz mit ihrem Händlernetz bedient wird. Im Mittelpunkt stehen kleine und mittelständische Unternehmen.

OSS Outsource Services AG  
CH-8305 Dietlikon  
☎ (+41) 01/8053940  
🌐 www.oss-services.ch

Linogate GmbH  
D-86159 Augsburg  
☎ (+49) 0821/259630-0  
🌐 www.linogate.com

## command „sprintet“ in die Schweiz

Der deutsche mySAP.com ChannelPartner command ag und die Schweizer SLI Consulting AG haben einen Partnerschaftsvertrag unterzeichnet. Demnach wird SLI ab sofort die SAP-Branchenlösungen FOODsprint, PHARMA-sprint und TRADEsprint in der Schweiz vertreiben und implementieren. Die Branchenlösungen richten sich an mittelständische Nahrungsmittelhersteller, Pharmaproduzenten sowie an den Kfz-Teile- und technischen Grosshandel. SLI wird ausserdem die von command entwickelten SAP Add-Ons für das Debitoren- und Risikomanagement KVsprint und CREFOsprint in das Produktangebot aufnehmen.

SLI Systemhaus AG  
CH-8105 Regensdorf  
☎ (+41) 052/7280628  
🌐 www.sliconsulting.ch

## Fantastic auf IBM DB2

Fantastic, das Schweizer Unternehmen für Breitbandtechnologie, hat seine Breitbandplattform auf die universelle IBM-DB2-Datenbank sowie auf das Unix-Betriebssystem AIX von IBM portiert. Zusätzlich wird die Breitbandplattform durch IBM – im Rahmen einer globalen strategischen Partnerschaft – für diesen Bereich vermarktet werden. Damit erhalten IBM-Kunden erstmals Zugang zu dieser multimediale End-to-End-Breitbandlösung.

The Fantastic Corporation  
CH-6301 Zug  
☎ (+41) 041/7246580  
🌐 www.fantastic.com

## SQL AG am Finance Forum

Die SQL AG zeigte während des diesjährigen Finance Forums im Zürcher Kongresshaus seine CTI-, Content Management- und CRM-Lösungen. Präsentiert wurde CTI WebDial, Open Markets e-Business Suite und die neueste Version von PeopleSoft8 CRM. Ein weiteres Produkt, thinkCRA, bewegt sich im Gebiet des analytischen CRM. Bison CRM ist eine skalierbare CRM-Lösung für Klein- und Mittelunternehmen. Mit dem jüngsten Produkt, der Softwarelösung iChannel von iMediation können indirekte Vertriebsstrukturen zur Vernetzung von Kunden und Geschäftspartnern geschaffen werden. Auch im Storage Management und High Availability Bereich präsentierte die SQL AG die neusten Lösungen von VERITAS.

SQL AG  
CH-6302 Zug  
☎ (+41) 041/7684046  
🌐 www.sql.ch