

[\[ITAS\]](#) [\[ITAS - Projekt PEZ\]](#) [\[EZI-N Auswahl und Anmeldung bei EZI-L\]](#)

[\[\\$&\\$\]](#)

EZI-N - 1998 - Nr. 13 - Freitag - 8.5.1998

[!]
Inhalt

[\[13&1\]](#) Editorial
[\[13&2\]](#) Millennium Product Mondex meets Microsoft
[\[13&3\]](#) Einkaufen im Geowarehouse Wenninger
[\[13&4\]](#) Elektronischer Handel in Spanien
[\[13&5\]](#) Gibt es eine Zahlungssystemlücke beim Online-Shopping?
[\[13&6\]](#) OECD 1: Preise und Verbraucherschutz im Internet-Handel
[\[13&7\]](#) OECD 2: Electronic Software Distribution ohne Grenzen?
[\[13&8\]](#) Vorankündigung: TA-Datenbank-Nachrichten 2/98
[\[13&9\]](#) Impressum

[13&1]
Editorial

Am 1. April bedankte sich Isabell Schnoor in EZI-L für das Interesse, das ihrer betriebswirtschaftlichen Diplomarbeit "Möglichkeiten und Risiken der Universalbanken durch Electronic Commerce" (Universität Hamburg 1998) entgegengebracht wurde und verwies Interessenten auf eine Diplomarbeiten-Agentur im Internet, über die man die Arbeit beziehen könne. Den Preis verriet sie nicht, so daß ich nicht schlecht staunte, als ich ihn erfuhr: 423,72 DM (inklusive Mehrwertsteuer, exklusive Versandkosten). Es handelt sich dabei um die Kosten einer Papierkopie (mit der elektronischen Lieferung von Diplomarbeiten will man 1999 beginnen). Heute werden erst - und das war nicht von Anfang an so - Inhaltsverzeichnis und Abstract in elektronischer Form von den Autoren verlangt. Den Preis empfand ich als prohibitiv. Das führte zu der Frage, ob die ungemein attraktive und sinnvolle Idee, Diplomarbeiten zu vermarkten statt vergammeln zu lassen, bei diesem Marketing nicht scheitern müßte.

Björn Bedey, gelernter Verlagskaufmann, Diplom-Handelslehrer, demnächst auch Betriebswirt - einer der drei Inhaber der Diplomarbeiten Agentur -, gab mir bereitwillig am Telefon Auskunft: Das Geschäft läuft inzwischen so gut, daß man beginnt, Gewinne zu machen. 800 Diplomarbeiten (einige Dissertationen) werden vorgehalten und wöchentlich kommen etwa 20 dazu. Verkauft werden pro Woche durchschnittlich 20 Titel. Neben dem Normalpreis, der zwischen 400 und 600 DM angesetzt wird, gibt es einen Studentenpreis, der bei 120 DM liegt. 25% der Arbeiten gehen zum Normalpreis, 75% zum Studentenpreis raus. Die Bereitschaft der Studenten, 120 DM hinzublättern, hat mich dabei etwas überrascht (oder sind die Studenten womöglich nur die Besteller, nicht aber die Leser?). Der Studentenpreis sei dabei recht knapp kalkuliert: 30 DM gehen allein als Honorar und ca. 20 DM an Kopierkosten ab. Werden Diplomarbeiten zu dem höheren Preis verkauft, steigt das Autorenhonorar auf 50%. Unternehmensberater gehören zu denen, die bereit sind, diese Preise zu zahlen. Nicht alle Diplomarbeiten können Renner sein. Etwa die Hälfte der Arbeiten wurde noch gar nicht verkauft. Werden fünf Exemplare verkauft, gilt das bereits als "Topseller".

Mit einem lachenden und einem weinenden Auge sehe ich dieses Unternehmen. Zum einen ist es frappierend, erfreulich und zu begrüßen, daß die Geschäftsidee funktioniert und das Geschäft floriert. Zum anderen höhlt diese Art Preisgestaltung die frühere Internet-Kultur aus, in der die Verbreitung wissenschaftlichen Wissens weitgehend umsonst war. Hier wird ein deutliches Zeichen der Kommerzialisierung des Internet gesetzt. Ob die Qualität der Diplomarbeiten, die die Agentur anbietet - davon sind mindestens vier für unser Projektthema einschlägig (!), - sich mit guten Arbeiten, die kostenlos zur Verfügung gestellt werden, messen kann, würde mich interessieren, die

nötigen 2122,88 DM habe ich aber gerade nicht zur Verfügung.

[A]

Knud Böhle

[i]

--> Die Diplomarbeiten-Agentur findet sich unter <http://www.diplom.de> im Netz.
[^]

[13&2]

Millennium Product Mondex meets Microsoft
/elektronisches Geld/Mondex/Großbritannien/USA

Der Britische Premierminister Tony Blair hat Mondex, das ursprünglich von der National Westminster Bank of London entwickelt wurde, zum "Millennium Product" ausgerufen - eine hohe Auszeichnung, die britischer Technologie verliehen werden kann. Aber auch Mondex USA ist es gelungen, mit der Ankündigung von ReadIMondex Schlagzeilen zu machen. Bei ReadIMondex geht es um eine Familie von Softwareentwicklungen, die die Implementation des Mondex-Systems für Händler, Kartenherausgeber, "Acquirer" und "Prozessoren" erheblich erleichtern soll. Mitte des Jahres soll mit Betatests begonnen werden, 1999 soll der breite Einsatz folgen. ReadIMondex ist unübersehbar auf Microsoft ausgerichtet: es wird für Win32-Rechner entwickelt, verwendet ActiveX, ist kompatibel zum Explorer und unterstützt die von Microsoft vorgeschlagene Spezifikation für PC-SmartCard Lesegeräte. ReadIMondex verrät mithin auch die Internet-Strategie von Mondex. Die Entwicklung von Mondex (mehrheitlich im Besitz von MasterCard) bleibt spannend. Zum einen wegen der Konkurrenz zu VISA, wo man bekanntlich nicht auf ActiveX, sondern auf Java von SUN setzt. Zum anderen bleibt die Frage spannend, ob das Mondex-System, das wegen seiner "person to person"-Funktion wohl als bargeldnächste Variante elektronischen Gelds gelten kann, langfristig Erfolg haben wird. Gerüchte, Mondex bzw. die Anwender nähmen diese Funktion im konkreten Einsatz stets zurück, können wir nicht bestätigen.

[Q]

--> Die Presseerklärung vom 28.4.1998 zu ReadIMondex ist in der Rubrik News unter <http://www.mondex.com> zu finden.

--> Antoinette Coulton und Jeffrey Kutler: Mondex: New Software Cuts Costs, Retailers Would Get Package First. American Banker vom 1.5.98; über <http://www.americanbanker.com/> suchbar.

--> o.V.: Smart Cards: Britain Names Mondex a 'Millennium Product'. American Banker vom 22.4.1998; über <http://www.americanbanker.com/> suchbar.

[i]

--> Weitere Informationen zu ReadIMondex sind unter <http://www.mondexusa.com/html/content/technolo/redi.htm> zu finden.
[^]

[13&3]

Einkaufen im Geowarehouse Wenninger
/Erfahrungsbericht/elektronischer Handel/digitale Güter

Das Geowarehouse der Firma Wenninger aus München, deren Angebotsschwerpunkt auf "Geoinformatik" lautet, bietet im Internet u.a. digitale Straßenkarten und Stadtpläne (7.500 an der Zahl) und in Verbindung mit den Karten sogenannte Routenplaner. Vor dem Kauf muß man sich zunächst mit voller Anschrift anmelden und sich ein Passwort zulegen. Das ist schon etwas umständlich, aber wenigstens wird versichert, daß die Daten nicht an dritte Personen weitergegeben werden. Aus dem Sortiment interessierte mich der digitale Stadtplan Karlsruhe und der "Kartenviewer" Scouty, der benötigt wird, um den digitalen Stadtplan auch inspizieren zu können. Die Kosten der beiden Produkte belaufen sich zusammen auf 10,21 DM.

Die Zahlung kann derzeit per Kreditkarte oder ec-Lastschrift erfolgen, wobei es für die Teilnahme am ec-Lastschriftverfahren nötig gewesen wäre, erst noch bei der eigenen Bank unter Vorlage des Personalausweises eine Kundennummer und PIN zu beantragen. Obwohl mich interessierte, wie meine Bank auf eine solche Anfrage reagieren würde, wollte ich diesen Aufwand für diesen Einkauf nicht betreiben. Also wurde die Kreditkartenzahlung gewählt. Nach der Auswahl sorgt

die Software der Firma BROKAT für eine sichere Verbindung zum Server des Netzbetreibers und Kreditkartenprozessors TeleCash, der eine Maske anbietet, in die die Kreditkarteninformationen eingetragen werden. Diese Daten wurden abgeschickt und nach 70 Sekunden, in denen die Angaben überprüft und die Zahlung autorisiert wurde, erfolgte die Bestätigung der Zahlung und es konnte zum Download übergegangen werden.

Die Datenübertragung dauerte noch einmal 6 Minuten. Das Entpacken der Zip-Dateien und die Installation der Software etwa 5 Minuten. Alles in allem konnte ich nach ca. 20 Minuten den Stadtplan Karlsruhes "ein- und auszoomen" und mir den nächsten Weg zur Arbeit einzeichnen lassen (bis zum Schloß, denn das Forschungszentrum liegt schon außerhalb des Plans). Als dicke rote Linie wird der Weg durch die Stadt eingezeichnet. Eine Option "Radfahrwege" wird man in Scouty allerdings vergeblich suchen.

[A]

Knud Böhle

[i]

--> Im Zusammenhang mit der Firma ASKnet bzw. dem "Softwarehaus Karlsruhe" wurde schon in [EZI-N\[6&2\]](#) auf das hier eingesetzte Bezahlverfahren eingegangen.

--> Das Geowarehouse erreicht man über <http://www.geoware.de> und das Softwarehouse unter <https://www.softwarehouse.de> - die an der Zahlungsabwicklung beteiligten Firmen TeleCash und BROKAT unter <http://www.telecash.de> und <http://www.brokat.com>.

[^]

[13&4]

Elektronischer Handel in Spanien

/Elektronischer Handel/Elektronische Zahlungssysteme/Spanien

In Spanien wurde Ende Februar 1998 eine Mailinglist zum elektronischen Handel (comercio electronico) eingerichtet, über die man in etwa folgendes Bild von der Entwicklung des elektronischen Handels dort gewinnt: Die großen Warenhausketten, wie El Corte Ingles, haben mit dem Online-Shopping begonnen und die ersten selbständigen Shopping Malls werden eröffnet. Der konventionelle Versandhandel, der im Vergleich zu Deutschland und den USA schwach entwickelt ist, übernimmt im Internet-Handel anscheinend keine Pionierfunktion. Die Online-Shopping-Software stammt in der Regel, wenn nicht sogar zu 100%, aus dem Ausland - von IBM, Tandem, NCR, oder Verifone.

Die Sicherheit des Zahlungsverkehrs wird vorwiegend über das SSL-Protokoll hergestellt, aber die Ankündigungen, daß man auf SET einschwenken wolle, wenn es denn verfügbar sei, sind - wie überall - verbreitet. Unter den Banken scheint die Großbank Banesto eine Führungsrolle im Internet-Handel zu spielen. Sie war nach eigenen Angaben die zweite Bank in Europa, die SET demonstrierte und ermöglicht heute den Kunden, die die verbreiteten Sistema 4B-Zahlungskarten besitzen, die Teilnahme am SET-Verfahren. Hinter Sistema 4B steht der Zusammenschluß von 4 Banken (deshalb 4B), die in Spanien sowohl Debitkarten als auch MasterCard- und VISA-Kreditkarten ausgeben. Daneben gibt VISA Spanien unter dem Namen SEMP noch VISA-Karten aus und ähnliches gilt für MasterCard-Kreditkarten, die dort unter dem Namen CECA bekannt sind.

Es gibt vermutlich um die 10 Zertifizierungsinstanzen in Spanien, wobei die Firma ACE (agencia de certificacion electronica), die zu 40% der Telefongesellschaft "Telefonica" gehört, offenbar für die Ausgabe von SET-Zertifikaten favorisiert wird. Aber auch Verisign spielt für die Zertifizierung in Spanien eine Rolle.

Von der Zahlungskultur her zählt Spanien nach Einschätzung der Listenmitglieder zu den sehr stark kartenorientierten Ländern und Zahlungen per Scheck seien bereits unbedeutend. Das Internet-Banking scheint nur sehr zögerlich angeboten zu werden; in einer E-mail wurde diesbezüglich von nur zwei Banken gesprochen. Im Unterschied zu Deutschland gibt es bislang auch keine bekannten Versuche mit "Ecash" oder "CyberCash". Auch die Möglichkeit, elektronische Geldbörsen als Internet-Zahlungsmittel zu verwenden, scheint in Spanien keine naheliegende Option zu sein. An fehlenden elektronischen Geldbörsen kann das übrigens nicht liegen (VisaCash in Verbindung mit den

SEMP-Kreditkarten u.a.).

[A]

Knud Böhle

[i]

--> Bei der Mailinglist Comercio-electronico@ldist.upc.es kann man sich mit "subscribe comercio-electronico" bei majordomo@ldist.upc.es anmelden. Die Liste wird von der Firma Hiper Red 2 und der Universidad Politecnica de Catalunya (UPC) betreut und von den Firmen Telefonica, Banesto, IBM, HP, Visa, 4B y Banc de Sabadell unterstützt.

--> Eine Liste von Links zum Themafeld mit Spanienschwerpunkt - siehe <http://www.ctv.es/USERS/mpg/comercio.html> - bietet Manuel Porras Quintela von ctv (Centre Telematic Valencia).

--> Nachrichten zum elektronischen Handel in Spanien bringt auch der Ableger der Tageszeitung El Mundo, der "Diario del Navegante", der über <http://www.el-mundo.es/navegante/diario/> erreichbar ist.

[^]

[13&5]

Gibt es eine Zahlungssystemlücke beim Online-Shopping?

/Befragung/Online-Shopping/Elektronische Zahlungssysteme/

Die Firma InTouch bietet kostenlos eine 15 seitige "Studie" mit dem Titel "Bezahlen im Internet" an. Auf Anfrage erhält man sie per E-Mail, angehängt als PDF-Datei. Das Paper ist März 1998 datiert und heißt genau "inTouch-Umfrage bei Online-Shops: Nutzung von Zahlungssystemen". 200 Online-Shops in Deutschland wurden im Februar befragt. Leider bleibt unklar, wie hoch der Rücklauf war und folglich auf welcher Basis die vorgelegte Auswertung beruht.

Die Ausgangshypothese, die in der Befragung wohl eher bestätigt als falsifiziert werden sollte, lautet: "der Online-Verkauf setzt geeignete Zahlungsmechanismen voraus" (S. 3). Solche Zahlungssysteme gibt es nach den Autoren (ecash, CyberCash, SET), aber sie werden nicht genutzt. Angeboten werden dagegen die konventionellen Verfahren: Lastschrift bei 13% der Antwortenden, Vorkasse bei 37%, Kreditkarte bei 40% (unverschlüsselt und SSL), Nachnahme bei 39% und Rechnung bei 65%. Leider erfährt man nicht, welche der gebotenen Varianten die Kunden präferieren, wenn ihnen Alternativen zur Verfügung stehen.

Es werden dann Gründe für den Einsatz der einzelnen Verfahren genannt und anschließend wird eine recht interessante Differenzierung der eingesetzten Zahlungsverfahren nach Sektoren vorgenommen (Buchhandel, Softwarevertrieb, digitale Güter und Computer Hardware). Daß im Bereich der Computer-Hardware Kreditkarte und Lastschriftverfahren zu Null Prozent eingesetzt werden erscheint ebenso erstaunlich wie die mit 22% doch relativ hohe Rate der Vorkasse beim Buchversand oder die Angabe von 29% für die Nachnahme beim Softwarevertrieb. Je erstaunlicher die Zahlen, um so dringender möchte man etwas über die Rücklaufquote, die Anteile der einzelnen Sektoren und die Art der Befragung wissen.

Nach dem Teil zu den konventionellen Zahlungsverfahren geht es auf knapp zwei Seiten um die Einschätzung der neuen Zahlungssysteme und die Bedingungen, unter denen sie der Handel einsetzen würde. Fazit: "Internet-optimierte Zahlungssysteme stehen bei Online-Händlern in gutem Licht" (S. 4).

[A]

Knud Böhle

[Q]

--> Petra Donhauser und Stefan Hoch: inTouch-Umfrage bei Online-Shops: Nutzung von Zahlungssystemen. InTouch GmbH, März 1998; anfordern über

<http://www.intouch.de/zahlungssysteme/index.htm#Bezahlen>

[i]

--> Vgl. auch die Untersuchung von K. Kurbel und F. Teuteberg, die in [EZI-N\[9&6\]](#) vorgestellt wurde.

[^]

[13&6]

OECD 1: Preise und Verbraucherschutz im Internet-Handel
/Elektronischer Handel/Ökonomie/Verbraucher

In einer jüngst veröffentlichten Studie gehen Forscher der OECD der Frage nach, wie sich die Preise im Internet-Handel im Vergleich zum stationären Handel verhalten. Der Hintergrund dieser Frage ist die verbreitete Annahme, die Preise müßten im Internet-Handel fallen. Die Internet-Empirie zeigt das Gegenteil: die Preise für gleiche Güter sind im Internet tendenziell höher als im stationären Handel. Zu dieser Beobachtung kommt eine zweite hinzu, daß die Preise im Online-Handel stärker schwanken.

Die Preisvergleiche wurden für Bücher (125 Titel), CDs (108) und Software (104) über einen Zeitraum von 2 Monaten im Jahre 1997 bei insgesamt 52 Anbietern durchgeführt. In keinem Fall ging es um die Lieferung digitalisierter Formen über das Netz. Die 52 Händler teilen sich genaugenommen in die Gruppe, bei denen online bestellt werden kann und die Gruppe derer, die ihre Produkte im Internet zwar anzeigen, bei denen aber im stationären Geschäft gekauft werden muß.

Aus der Diskussion der Ergebnisse sind drei Punkte herauszustellen: erstens darf der kritische Impetus der Studie nicht als pauschaler Vorwurf mißverstanden werden. Die Autoren betonen, daß unter Umständen "added value" und erhöhte "convenience" in den Preis eingehen, ebenso wie die Bereitschaft der Kunden, die derzeit im Internet einkaufen, etwas mehr zu bezahlen. Zweitens sehen die Autoren die Gefahr, daß im Internet Preisdifferenzierungen Einzug halten könnten. Informationen über die Kunden, die teilweise auch über "Cookies" beschafft werden können, könnten dazu benutzt werden, Preise kundenspezifisch anzusetzen. Drittens wird angesprochen, daß Agenturen (inkl. Softwareagenten), die für den Konsumenten Preisvergleiche durchführen, grundsätzlich die Konkurrenz fördern und zu niedrigeren Preisen führen müßten. Bedauert wird, daß viele Anbieter diesen Preisvergleich nicht zulassen, indem sie ihre Server gegen Softwareagenten abschirmen. Ein letzter Satz zu diesem lesenswerten Paper: In einem Anhang wird das Preisverhalten von amazon.com nach dem Markteintritt von Barnes & Noble nachgezeichnet - ein interessantes Fallbeispiel für Konkurrenz im Internet.

[A]

Knud Böhle

[Q]

--> OECD: Electronic Commerce: Prices and Consumer Issues for Three Products: Books, Compact Discs, and Software. DSTI/ICCCP/IE(98)4/FINAL. OECD: Paris 1998. Im Internet findet sich eine Zusammenfassung unter <http://www.oecd.org/dsti/sti/it/ec/prod/ie98-4.htm>. Von dieser Seite kann das Originaldokument auch als PDF-Datei bezogen werden.

[\[^\]](#)

[13&7]

OECD 2: Electronic Software Distribution ohne Grenzen?
/Softwaredistribution/Elektronischer Handel/Ökonomie

Auch in der zweiten OECD-Studie, die hier vorgestellt wird, hat kein "wishful thinking", sondern das Interesse an der Empirie die Feder geführt. Es geht um Softwarevertrieb über das Internet (Electronic Software Distribution oder kurz ESD), insbesondere um den Export dieser digitalen Güter. Wegen der Datenlage beziehen sich die meisten Aussagen und eine Modellrechnung in der Studie auf die USA, das Interesse aber zielt darüber hinaus auf verallgemeinerbare internationale Trends.

Schon heute ist Software das digitale Produkt Nr. 1, das direkt über das Internet vertrieben wird. Dennoch, wie es die Autoren formulieren: "Based on the data, or the lack of them, it is difficult to believe in an electronic distribution revolution" (S. 16). Auf den Umsatz der gesamten Softwareindustrie bezogen, werden dem elektronischen Softwarevertrieb nur Anteile zwischen einem und zwei Prozent zugerechnet. Aber es lassen sich natürlich einzelne Anbieter finden, die großen Erfolg mit ESD haben. In dem Zusammenhang ist das Abkommen zwischen Microsoft und der US Defense Logistics Agency das Paradebeispiel. Es vereinbart, Softwarelieferungen im Wert von 50

Millionen US Dollar (1997-2001) über die Firma Software.net abzuwickeln. Zu beliefern sind 70.000 Angestellte. Man erhofft sich Einsparungen von 30 Millionen US Dollar durch die rationellere Online-Lieferung.

Was den Export angeht, ergibt eine Modellrechnung, daß etwa 6% vom US-Softwareexport, was einem Warenwert von 1,92 Milliarden US Dollar entspräche, per ESD vertrieben werden. Einzelne Firmen kommen aber auch hier wieder auf Exportanteile von über 30%. Piraterie im Internet, fehlende Bandbreite, ungewohntes "look und feel" behindern den Online-Vertrieb.

In der Diskussion der Ergebnisse wird die Erwartung geäußert, daß der elektronische Softwarevertrieb zu einer Internationalisierung des Softwaregeschäfts führen wird. Eine Behinderung durch Zölle ist vernachlässigbar, denn schon heute werden von den OECD-Ländern praktisch keine Zölle mehr auf Softwareprodukte (bzw. die Datenträger) erhoben. Eine zollfreie Zone zu fordern, heißt folglich nur, den status quo zu bestätigen. Problematischer wird das Eintreiben von Steuern wegen der Mobilität (oder sollte man sagen Flüchtigkeit) des "Internet tax payer" eingeschätzt. Interessant ist, daß das Haupthindernis für den internationalen Softwarehandel bei den verschiedenen Regulierungs-Regimes gesehen wird, die den Zugang zum Markt verschieden stark beeinträchtigen. Dieses Argument weiter herauszuarbeiten und zu begründen, wird anderen Papieren vorbehalten bleiben. Die recht präzise und gleichzeitig ziemlich unverkrampfte Art der OECD, Internet-Empirie zu betreiben und zu beschreiben, hat angenehm überrascht.

[A]

Knud Böhle

[Q]

--> OECD. Directorate for Science, Technology and Industry. Committee for Information, Computer and Communication Policy. Working Party on the Information Economy: Measuring Electronic Commerce: International Trade in Software. DSTI/ICCP/IE(98)3/FINAL. OECD: Paris 1998. Im Internet findet sich eine Zusammenfassung unter <http://www.oecd.org/dsti/sti/it/ec/prod/sw-trade.htm>. Von dieser Seite kann das Originaldokument auch als PDF-Datei bezogen werden.

[^]

[13&8]

Vorankündigung: TA-Datenbank-Nachrichten 2/98
/Literaturhinweis/Elektronische Zahlungssysteme

Das Institut für Technikfolgenabschätzung und Systemanalyse gibt vierteljährlich eine Zeitschrift heraus, die TA-Datenbank-Nachrichten. TA steht dabei für Technology Assessment und der Bezug zu einer Datenbank hängt historisch damit zusammen, daß unser Institut auch eine Datenbank (online bei STN verfügbar, auch als CD-ROM lieferbar) aufgebaut hat, die europaweit über Projekte, Institutionen und Literatur aus dem Bereich TA informiert. Parallel dazu sollten aktuelle Entwicklungen über einen Newsletter verbreitet werden.

Inzwischen hat sich der Newsletter zu einer Zeitschrift und die Zeitschrift zu einem einschlägigen Organ für die an TA-interessierten Kreise aus Wissenschaft, Politik und Industrie weiterentwickelt. Derzeit werden die TA-Datenbank-Nachrichten von etwa 1300 Personen bezogen.

Jedes Heft hat einen Schwerpunkt. Das Heft 2/98, das im Juni erscheinen wird, hat "Elektronische Zahlungssysteme" als Schwerpunktthema. Interessenten der Mailinglist EZI-L, können das Heft kostenlos erhalten. Dazu ist eine E-Mail (mit Lieferadresse) an Frau Rastätter, die unter anderem den Vertrieb der Zeitschrift betreut, zu senden. Die TA-Datenbank-Nachrichten werden aber auch online über unseren Instituts-Server zur Verfügung gestellt, so daß die interessierenden Artikel später auch von dort direkt bezogen werden können.

[i]

--> Frau Rastätter hat die E-mail-Adresse rastaett@itas.fzk.de

--> Die TA-Datenbank-Nachrichten erreicht man über <http://www.itas.fzk.de/deu/tadn/tadn.htm>

[^]

[13&9]

Impressum

[\$&\$]

EZI-N Elektronische Zahlungssysteme im Internet
Newsletter - 1998 - Nr. 13 - Freitag - 8.5.1998
<http://www.itas.fzk.de/deu/projekt/pez/ezin.htm>

Herausgegeben im Rahmen des Projekts Elektronische Zahlungssysteme (PEZ), ein im Auftrag des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF) durchgeführtes Projekt des Instituts für Technikfolgenabschätzung und Systemanalyse(ITAS) im Forschungszentrum Karlsruhe.

Erscheint in der Regel vierzehntägig freitags.
Redaktion Knud Böhle und Ulrich Riehm.

EZI-N wird per E-Mail verteilt im Rahmen der Diskussionsliste EZI-L. Um an EZI-L teilzunehmen, schicken Sie eine E-Mail an:

majordomo@listserv.fzk.de

mit dem Text

subscribe EZI-L.

Außerdem finden sich alle Nummern von EZI-N auf dem PEZ-Bereich unseres ITAS-WWW-Servers unter

<http://www.itas.fzk.de/deu/projekt/pez/ezin.htm>

EZI-N ist mit den begrenzten Möglichkeiten der Mail-Kommunikation gestaltet für eine nichtproportionale Schrift (z.B. Courier) und eine Zeilenbreite von 60 Zeichen.

Die vollständige, unveränderte und nichtkommerzielle Weitergabe von EZI-L ist gestattet. Ausschnitte nur mit vollständiger Herkunftsbezeichnung. Alle sonstigen Verwertungsrechte liegen bei PEZ.

Knud Böhle und Ulrich Riehm
Institut für Technikfolgenabschätzung
und Systemanalyse(ITAS)

Forschungszentrum Karlsruhe - Technik und Umwelt
Postfach 3640 76021 Karlsruhe
Tel.: +49 (0) 721 / 608 - 22989
Fax.: +49 (0) 721 / 608 - 24806
Mail: Boehle@itas.fzk.de oder riehm@itas.fzk.de
WWW: <http://www.itas.fzk.de/deu/projekt/pez.htm>
[\[^\]](#)

[\$&\$]

[\[Zum Seitenanfang\]](#)

[\[ITAS\]](#)

[\[ITAS - Projekt PEZ\]](#)

[\[EZI-N Auswahl und Anmeldung bei EZI-L\]](#)

Stand: 16.09.1998 - Kommentare und Bemerkungen an die [Redaktion](#)