

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

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

EZI-N - 1998 - Nr. 15 - Freitag - 12.6.1998

[!]

Inhalt

[\[15&1\]](#) Editorial

[\[15&2\]](#) GeldKarte auf dem Vormarsch?

[\[15&3\]](#) Sechs Monate MilliCent-Feldversuch

[\[15&4\]](#) Für anonyme Lottospieler - Jaxx-Lottokiosk

[\[15&5\]](#) Online-CD-Verkauf - große Wachstumsraten, wenig Gewinn

[\[15&6\]](#) Der Weg zu verbraucherfreundlichem E-Geld

[\[15&7\]](#) Eine Tour d'horizon auf vollen Touren

[\[15&8\]](#) Veranstaltungen von Mitte Juni bis Anfang Juli 1998

[\[15&9\]](#) Impressum

[15&1]

Editorial

Seit Ende Mai bietet die Postbank, als gar nicht verschlafenes ehemaliges Staatsunternehmen, eine neue Variante des Internet-Banking an. Als erste Bank in Deutschland erlaubt sie Internet-Banking mit einer starken Verschlüsselung (128 Bit), die direkt auf die in den WWW-Browsern der neuen Generation (ab Version 4) eingebauten Algorithmen zugreift. Zusatzsoftware, Java-Applets oder sonstige Zutaten werden nicht mehr benötigt. Für den Kunden ist das eine schöne und einfache Sache.

An dieser Stelle soll jedoch auf einen industriepolitischen Aspekt dieses Vorgangs hingewiesen werden. Wie jeder weiß, kommt der größte Teil der Standard-PC- und Internet-Software aus den USA, so auch die WWW-Browser. Bekannt ist auch, daß die amerikanische Regierung den Export von Software mit starker Kryptographie verbietet. Dies trifft auch auf die WWW-Browser zu, die außerhalb der USA nur eine schwache Verschlüsselung von 40 Bit nutzen können. Da diese Exportrestriktionen für die amerikanische Softwareindustrie einen doch beträchtlichen Nachteil darstellen - und z.B. für europäische Firmen neue Marktchancen eröffnen - wurde ein Modus gefunden, der einen zwiefach positiven Effekt für die amerikanische Industrie erzeugt. Software mit sicherer Verschlüsselung darf exportiert und im Ausland genutzt werden, wenn die nicht-amerikanischen Unternehmen vom amerikanischen Department of Commerce lizenziert werden, womit zum Export amerikanischer Software gleichzeitig eine gewisse Kontrolle über die Anwender-Unternehmen und die dort eingesetzte Technologie hinzukommt.

Vor diesem Hintergrund erscheinen die immer wieder zu hörenden Forderungen, die deutsche und europäische Politik möge sich doch stärker für die Chancen der europäischen Sicherheitstechnologien und -unternehmen einsetzen, die anerkanntermaßen technologisch weltweit als führend gelten, fast naiv. Denn darauf kommt es im wesentlichen anscheinend gar nicht an. Entscheidend ist die Kontrolle der Kernsoftware für das Internet. Für die Benutzerschnittstelle ist dies der WWW-Browser. Diesen Markt - obwohl das WWW ja eine europäische Erfindung ist, um dies auch noch einmal in Erinnerung zu rufen - kontrollieren im wesentlichen zwei amerikanische Unternehmen. Vor diesem Hintergrund wird man mit Spannung beobachten, wie der deutsche Internet-Banking-Standard HBCI, der angeblich im Herbst dieses Jahres massiv von allen Banken eingeführt werden soll, sich verbreiten wird.

Wegen des Feiertags haben wir Produktion und Distribution von EZI-N in dieser Woche vorverlegt. Die nächste Ausgabe wird dann wieder am Freitag in vierzehn Tagen erscheinen.

[A]

Ulrich Riehm

[i]

--> Die beiden Presseerklärungen der Postbank zum Internet- Banking vom 29.1.1998 und vom 22.5.1998 finden sich unter <http://www.postbank.de/info/news/archiv.html>.

-->Die These von der zentralen Funktion der Browser im Internet, von der "in Software verkörpert Infrastruktur", wurde von Brian Kahin in einem Beitrag für das Jahrbuch Telekommunikation und Gesellschaft aufgestellt, das wir in EZI-N [3&8]kurz angezeigt haben ([http://www.itas.fzk.de/deu/projekt/pez/ezin003.htm#\[3&8\]](http://www.itas.fzk.de/deu/projekt/pez/ezin003.htm#[3&8])) und das in den TA-Datenbank-Nachrichten 3/4 1997 ausführlich besprochen wurde (<http://www.itas.fzk.de/deu/TADN/TADN397/butag.htm#butag3>). [^]

[15&2]

GeldKarte auf dem Vormarsch?

/Deutschland/Chipkarte/elektronische Geldbörse/Statistik

Seit Anfang 1997 ist die GeldKarte, die elektronische Geldbörse des deutschen Kreditgewerbes, im Markt - Zeit für eine erste Bilanz.

Wie viele GeldKarten zur Zeit genau bei den Kunden sind, läßt sich mit der Statistik des ZKA zur GeldKarte nicht exakt beantworten. Man geht gegenwärtig von ca. 44 Millionen Karten aus. Was man exakt kennt, ist die Anzahl der produzierten Chipkarten, die beim jeweiligen Hersteller erfaßt werden. Das waren 1997 insgesamt 21,7 Mio. Karten. Von diesen 1997 produzierten GeldKarten-Chips befanden sich 68 Prozent auf Eurocheque-Karten, 30 Prozent auf Bankkunden-Karten und zwei Prozent auf kontoungebundenen (anonymen oder pseudonymen) Karten (White-Card). Die Banken des Sparkassenverbands (DSGV) und des Verbands der Volks- und Raiffeisenbanken (BVR) sind die aktivsten bei der Herausgabe von Geldkarten. Die Privatbanken des Bundes deutscher Banken (BdB) haben dagegen bisher kaum GeldKarten herausgegeben. Ihr Anteil an den 1997 produzierten Geldkarten beträgt nur knapp 4 Prozent. Sie bieten allerdings als einzige eine kontogebundene (!) GeldKarte "solo" an, d.h. der Chip kommt nicht auf eine Eurocheque- oder Bankkundenkarte. Von dieser Sorte wurden aber 1997 auch nur 60.000 produziert, was gerade einmal 0,3 Prozent aller produzierten Geldkarten ausmacht.

Der Schritt vom Besitz einer GeldKarte zu ihrer Nutzung ist weit. Die ZKA-Statistik zur GeldKarte erfaßt die aktiven GeldKarten und versteht darunter Karten, bei denen innerhalb eines Monats mindestens ein Ladevorgang oder ein Bezahlvorgang registriert wurde. Bezogen auf die etwa 44 Mio. ausgegebenen Geldkarten ist davon nur etwa 1 Prozent auch aktiv. Die folgende Tabelle zeigt die Zahl der aktiven GeldKarten im Monatsdurchschnitt für das Jahr 1997 bis zum ersten Quartal 1998.

1997	Geldkarten
1. Quartal	91.000
2. Quartal	149.000
3. Quartal	194.000
4. Quartal	383.000

1998	Geldkarten
1. Quartal	448.000

Tab.: Aktive GeldKarten im Monatsdurchschnitt

Vergleicht man das erste Quartal 1997 mit dem ersten Quartal 1998 dann steigen die Ladevorgänge im Monatsdurchschnitt von 66.000 auf 217.000 um etwa das Dreifache, die Bezahltransaktionen von 128.000 auf 906.000 um etwa das Siebenfache. Wertmäßig wurden im ersten Quartal 1997 im Monatsdurchschnitt 9 Mio. DM aufgeladen und 3 Mio. DM ausgegeben und im ersten Quartal 1998 26 Mio. DM aufgeladen und 16 Mio. DM ausgegeben. Insgesamt wurden 1997 309 Mio. DM auf GeldKarten aufgeladen, 87 Mio. DM ausgegeben und 26 Mio. wieder (von der GeldKarte auf das Konto zurück) entladen.

Über die Entwicklung der Lade- und Bezahlbeträge pro Transaktion gibt die

folgende Tabelle Auskunft. Wie erwartet nehmen beide Beträge tendenziell ab.

1997	Laden (DM)	Bezahlen (DM)
1. Quartal	133	28
2. Quartal	133	21
3. Quartal	124	19
4. Quartal	138	21

1998	Laden (DM)	Bezahlen (DM)
1. Quartal	123	18

Tab.: Lade- und Bezahlungsbeträge je Transaktion

Über die Anzahl der im Markt befindlichen Lade- und Händlerterminals gibt die ZKA-Statistik keine exakte Auskunft; sie weist allerdings die "aktiven" Lade- und Händlerterminals (mindestens eine Ladetransaktion bzw. Einreichung pro Monat) aus, was einen recht guten Anhaltspunkt für die Verbreitung dieser Infrastruktur darstellen wird. Die Anzahl der aktiven Ladeterminals stieg von knapp 5.000 im Januar 1997 auf über 21.000 im März 1998; im gleichen Zeitraum stieg die Anzahl der aktiven Händlerterminals von 1.500 auf fast 55.000. [Q] --> ZKA-Statistik Geldkarte und eigene Berechnungen

[\[^\]](#)

[15&3]

Sechs Monate MilliCent-Feldversuch

/Deutschland/Pilotversuch/Micropayment/Erfahrungsbericht

Der im Januar 1998 gestartete offene MilliCent-Feldversuch, wir berichteten darüber in EZI-N [7&2], ist inzwischen knapp sechs Monate alt. In einem Rundschreiben an die registrierten MilliCent-Interessenten werden drei spezifische Verkaufssituationen angesprochen, für die MilliCent (aktuelle Version "Build 14") inzwischen tauglich gemacht wurde. Die Auswahl eines WWW-Links kann nun abgerechnet werden, die Preise können dynamisch an das Nutzerverhalten gebunden werden (eine einfache Datenbankabfrage z.B. mag noch kostenlos sein, ab einer bestimmten Komplexität werden Zahlungen fällig) und der Zahlungsstrom kann auch von den Anbietern zu den Nutzern gehen, um z.B. Bonuspunkte zu vergeben oder Leistungen der Nutzer (z.B. Werbung ansehen) zu honorieren.

Die Zahl der Anbieter, die an dem Versuch teilnimmt, hat sich inzwischen weltweit auf 30 erhöht. Drei deutsche Anbieter stehen auf der Händlerliste. In zwei Fällen handelt es sich dabei um Angebote, bei denen praktisch im Kontext von Forschungsprojekten mit "Spielmaterial" gearbeitet wird.

Wie früher schon bemerkt, bietet die TU-München einen Teilbestand der im Projekt MeDoc digitalisierten Fachliteratur an. Knapp 20 US Dollar wurden bei Preisen zwischen 0,001 und 0,1 US Dollar im ersten Halbjahr eingenommen.

Das Interdepartmental Research Center der Technischen Universität Berlin bietet Bildmaterial der ARTCologne an. Es besteht die Möglichkeit, aus einer "virtuellen Galerie", Bilder auszuwählen und in einem separaten Fenster vergrößert darstellen zu lassen. Im übrigen erhält man die gleichen Bilder auf der offiziellen WWW-Seite der ARTCologne auch ohne MilliCent.

Der dritte deutsche Anbieter ist die IDL Software, Publikations- und Verlagsgesellschaft mbH aus Darmstadt, die ihr Military Miniatures Magazine in mehreren Sprachen anbietet. Es geht unserem Eindruck nach vor allem um Hilfestellungen für Modellbauer, die Schlachten nachstellen wollen. Für einzelne Artikel werden im Test 0,02 US Dollar berechnet.

Wann genau MilliCent kommerziell eingeführt wird, dazu gibt es keine konkreten Aussagen. In Deutschland soll sich aber bereits eine große Bank dafür interessieren, als Broker in dem System aufzutreten.

[A]

Knud Böhle

[Q]

--> eigene Recherchen

[i]

--> Die MilliCent Homepage ist über <http://www.millicent.digital.com> <http://www.millicent.digital.com> und die MilliCent Händlerliste über <http://www.millicent.digital.com/buy/> zu erreichen.

--> Klaus Schultheiß, Chefredakteur des Military Miniatures Magazine, erklärt sein Interesse an MilliCent unter http://www.millicent.digital.com/info/press_room/profiles/military-miniatures.html.

--> Das Interdepartmental Research Center der TU-Berlin ist im WWW unter <http://www.prz.tu-berlin.de> zu finden.

--> Die offizielle ARTCologne-Site ist unter <http://www.artcologne.de> zu besichtigen.

--> Informationen zu MeDoc unter <http://medoc.informatik.tu-muenchen.de>

[^]

[15&4]

Für anonyme Lottospieler - Jaxx-Lottokiosk

/Deutschland/digitale Dienstleistung/Internet/Spiele/Nutzung

In EZI-N [12&6] haben wir über den vergeblichen Versuch berichtet, im Lottokiosk Jaxx das große Los zu ziehen. Die Zeitschrift Screen Multimedia klärt nun in ihrer Ausgabe 6/7 1998 über einige interessante Hintergründe auf. Initiator von Jaxx war Rainer Jacken von der Kieler Werbeagentur Transparent, die seit mehreren Jahren den Werbeetat einer der Lottogesellschaften betreut. Im Juli 1997 wurde die Entertaining Interactive Productions GmbH gegründet, die seit Januar 1998 den Jaxx Lottokiosk betreibt. Insgesamt wurden bisher 4 Millionen DM in dieses Projekt investiert. Allein für die Entwicklung, Programmierung und Gestaltung des Systems haben zwei Programmierer, zwei Datenbankspezialisten und zwei Screendesigner (bei der Hamburger Firma Flux Multimedia) sechs Monate gearbeitet.

Die Nutzung nach zwei Monaten lag bei 10.000 Spielern. Diese müssen zusätzlich zum Einsatz für den Lottoschein 2,40 DM für den "Online-Servie" bezahlen. Zur Zeit würden sich durchschnittlich jeden Tag 150 neue Anwender registrieren lassen. Das Potential der Lottospieler unter den derzeit etwa 6 Millionen Online-Nutzern liegt bei 10 Prozent. Für das zweite Geschäftsjahr erwartet man rund zwei Millionen abzuwickelnde Lottoscheine, im darauf folgenden Jahr bereits vier Millionen.

Neben den heute bereits angebotenen Zahlungsarten per Kreditkarte oder Überweisung will man demnächst auch die Zahlung per Geldkarte, ecash und CyberCash ermöglichen. Die Sicherheit basiert auf SSL mit einer 40-Bit-Verschlüsselung. Bekanntlich werden die von den Teilnehmern eingereichten elektronischen Lottoscheine konventionell auf Papier bei einer Lottoannahmestelle abgegeben. Um Manipulationen zu vermeiden, werden die dort ausgestellten Einreichungsquittungen in einem Tresor aufbewahrt und CD-ROMs mit Kopien der Datenbank und des Internet-Server bei einem Notar hinterlegt.

[Q]

Luxa, B.: Wer wagt, gewinnt. Screen Multimedia, Ausgabe 6/7 1998, S.90-92

[i]

--> Der erste Artikel über Jaxx in EZI-N findet man unter [http://www.itas.fzk.de/deu/projekt/pez/ezin012.htm#\[12&6\]](http://www.itas.fzk.de/deu/projekt/pez/ezin012.htm#[12&6]).

--> Die Zeitschrift Screen Multimedia hat eine Web-Site unter der Adresse <http://www.screen-multimedia.de> - allerdings ohne Volltextarchiv.

--> Wer spielen will, kann dies unter <http://www.jaxx.de> tun.

--> Die Jaxx-Betreiber EIP, in Kiel haben einige Stellen zu besetzen, wie sich dem WWW-Server <http://www.eip.de> entnehmen läßt.

[^]

[15&5]

Online-CD-Verkauf - große Wachstumsraten, wenig Gewinn

/USA/Online-Shopping/Marketing/Internet/Musik

An der Spitze aller Ranglisten über Produkte, die im Internet erfolgreich zu verkaufen sind, stehen neben Computer Hard- und Software sowie Bücher immer auch Audio-CDs. Einen informativen Artikel zur Entwicklung dieses Geschäfts in den USA enthält die Zeitschrift w&v in ihrem Heft Nr. 22.

Die derzeitigen Marktführer in den USA sind CDNow und MusicBoulevard. CDNow, 1994 von den Brüdern Jason und Matthew Olim gegründet, bietet heute ein Sortiment von 250.000 CDs und bezeichnet sich selbst als Marktführer im Internetverkauf von CDs. Der Umsatz 1997 soll 15 Mio. US-Dollar betragen haben.

Um als Newcomer in diesem Geschäft die Kunden auf sich aufmerksam zu machen, verfügt CDNow über exklusive Sponsor-Verträge u.a. mit Yahoo. Der Vertrag mit Yahoo kostete 3,9 Mio. US-Dollar. Er schließt eine exklusive Bannerwerbung für CDNow in der Kategorie Musik bei Yahoo ein und übermittelt alle Suchanfragen in dieser Kategorie an den CDNow-Katalog. Ein anderes Marketinginstrument ist das "Cosmic-Credit-Programm". Teilnehmer dieses Programms setzen - im Sinne der Bildung von "Netzgemeinschaften" - auf ihren eigenen Web-Angeboten Links zu CDNow und erhalten für Umsätze, die darüber erzielt wurden, Bonuspunkte oder Gutscheine von mindestens sieben Prozent des Kaufwertes. Wer dieses Vermittlungsgeschäft richtig professionell betreiben will, kann die eigenen Einnahmen auf bis zu 15 Prozent des Verkaufsvolumen steigern. Dieser Prozentsatz wird ab einem monatlichen Kaufvolumen von 17.000 US-Dollar erreicht.

Der CDNow-Kunde kann per Kreditkarte oder mit Scheck bezahlen. Die Kreditkarteninformationen können über eine sichere Verbindung über das WWW übermittelt werden oder alternativ über Fax, Telefon, Post oder E-Mail mit PGP. Für einen Musikhändler im Internet fast selbstverständlich ist, daß auch der eine oder andere "SoundClip", ein musikalischer Probehappen, zum Abruf bereit steht.

Nach CDNow belegt den zweiten Platz MusicBoulevard von N2K. MusicBoulevard machte 1997 einen Umsatz von 11 Mio. US-Dollar (1996 1,7 Mio.). Der Verlust betrug allerdings 1997 29 Mio. US-Dollar (1996 19 Mio.). Ähnlich CDNow setzt MusicBoulevard auf exklusive Vertriebsverträge mit großen Online-Unternehmen. So wurde ein zweijähriger Vertrag mit AOL über 18 Mio. US-Dollar abgeschlossen, der ein ständiges Werbebanner auf AOL "Shopping Channel" beinhaltet. Außerdem sieht dieser Vertrag vor, daß MusicBoulevard der einzige Händler innerhalb AOLs "Music Channel" ist.

Der Artikel in w&v weist darauf hin, daß nun auch die etablierten großen Musikhändler, insbesondere auch die mit Absatzeinbußen konfrontierten Musikclubs, eigene Internet-Aktivitäten beginnen. Dazu gehören u.a. Columbia House (eine Sony- und Time Warner Musik-Tochter) sowie BMG Direct (Bertelsmann).

Eine Studie von Cowles/Simba Information beziffert die Umsätze im Sektor CD-Verkauf im Internet für 1996 auf 21,5 Mio. und für 1997 auf 52 Mio. US-Dollar (ein Anstieg um 142 Prozent). Im Vergleich zum gesamten amerikanischen Musikhandel (etwa 13 Mrd. US-Dollar) sind dies jedoch nur "peanuts" von weniger als 0,5 Prozent. Die beiden großen (konventionellen) Direktvermarkter machen einen Umsatz von etwa 2 Mrd. US-Dollar im Jahr.

[Q]

--> Jacobs, L.: Der Ton macht die Musik. W&V Nr. 22, 29.5.1998, S. 142-143.
--> Zu den Marketinganstrengungen von CDNow und MusicBoulevard NUA Internet Surveys: February 23rd 1998.
--> Zum Jahresabschluß 1997 von N2K <http://www.n2k.com/index.html>
[/viewer.cgi?artid=83](http://viewer.cgi?artid=83).

[i]

--> Die Zeitschrift w&v hat eine WWW-Präsenz unter der Adresse <http://www.wuv.de> - allerdings ohne Volltextarchiv; dieses gibt es beim Datenbankanbieter Genios, der sich die Nutzung dieses Archivs bezahlen läßt.
--> CDNow findet man unter <http://www.cdnw.com>.
--> MusicBoulevard gibt es unter <http://www.musicblvd.com> und das dazugehörige Unternehmen unter <http://www.n2k.com>.
--> Die beiden großen Musikclubs haben die Adressen <http://www.columbiahouse.com> bzw. und <http://www.bmgmusicservice.com>.

[^]

[15&6]

Der Weg zu verbraucherfreundlichem E-Geld
/Literatur/USA/Verbraucher/elektronisches Geld/Politik

Im April 1998 hat die "Consumer Electronic Payments Task Force", die 1996 vom US-Finanzminister eingerichtet wurde, ihren Bericht vorgelegt. Thematisch geht es um Konsumentenbelange im Zusammenhang mit E-Geld. Eugene A. Ludwig, der Präsident der US-Bankenaufsichtsbehörde (Comptroller of the Currency) leitete die Arbeitsgruppe, der noch weitere hochrangige Experten angehörten. Es wurden Gespräche mit Firmen geführt, die mit E-Geld-Systemen zu tun haben, mit anderen Finanzdienstleistern, der Verbraucherseite und Vertretern des öffentlichen Interesses im weiteren Sinne. Die Gesprächspartner wurden aufgefordert, schriftliche Stellungnahmen auszuarbeiten und eingeladen, an öffentlichen Diskussionsrunden teilzunehmen. Im Juni und Juli 1997 fanden die öffentlichen Veranstaltungen mit einer Anzahl themenspezifischer Diskussionsrunden statt. Auf dieser Basis setzt der Bericht auf.

Die Verfasser erörtern eingehend vier Themenkomplexe: Zugang (access), Schutz persönlicher Daten bzw. informationelle Selbstbestimmung (privacy), finanzielle Bedingungen der E- Geld-Herausgeber (financial conditions) sowie Verbraucherschutz- und aufklärung (disclosure and protections). Empfehlungen an die Industrie und die Politik schließen den Bericht ab. Das Projekt weist, nebenbei bemerkt, gewisse Ähnlichkeiten mit diskursiven TA-Projekten auf.

Um den allgemeinen Zugang zu gewährleisten, wird auf "financial literacy" gesetzt. Um die informationelle Selbstbestimmung zu ermöglichen, werden von den Anbietern Lösungen auf dem Weg der Selbstregulierung erwartet. Auch dieser Bericht im Auftrag der US-Regierung verstärkt den Eindruck, daß die Diskussion in den USA in Bezug auf Sammlung, Gebrauch und Weiterverwendung persönlicher Daten sehr breit geführt wird und entschieden auf eine größere Kontrolle der Nutzer/Verbraucher über ihre Daten hinaus will. Eine Empfehlung der "Task Force" mündet nicht umsonst in der Warnung: "If self-regulatory or other efforts fail to address consumer concerns adequately, other alternatives may need to be explored" (iii). Von den E-Geld-Herausgebern wird erwartet, daß sie die Verbraucher über die finanzielle Absicherung ihres Geldgeschäfts und das Vorgehen bei Haftungsfragen u.ä. aufklären. Zudem wird betont, daß sowohl herausgebende Kreditinstitute (depository institutions) als auch herausgebende Nicht-Banken einer Aufsicht unterliegen (sollen) - etwa durch die Federal Trade Commission. Schließlich, was Rechte und Pflichten angeht, wünscht man sich eine verstärkte Verbraucheraufklärung, auch wenn noch unklar ist, ob sich diese Forderung auf einen Rechtsanspruch aus dem bestehenden Verbraucherrecht berufen kann.

Der Bericht enthält eine strategische Einschätzung der Situation: E-Geld wird im Konzert der Zahlungsverfahren als "a very minor player" eingestuft und mit Bezug auf das Internet, wo man Kreditkartenzahlungen künftig die größte Bedeutung beimißt, wird E-Geld zum "niche product for micro- payments". Da E-Geld kein unbestrittenes Produkt ist und seine weite Verbreitung als nicht sicher gelten kann, kommt es um so mehr darauf an, alles für die Kundenakzeptanz zu tun. Den Kundenforderungen nachzukommen, ist demzufolge kein Luxus, sondern eine Notwendigkeit für die Anbieter, wollen sie ihre Chancen nicht verspielen. Man könnte folgern, daß die Chance für den Kunden, vom Versuchskaninchen zum König zu avancieren, nicht schlecht stehen.

[A]

Knud Böhle

[Q]

--> Secretary of the Treasury. Consumer Electronic Payments Task Force: The Report of the Consumer Electronic Payments Task Force. April 1998; im WWW als PDF-Datei abrufbar unter <http://www.occ.treas.gov/emoney/ceptfpap.htm>.

[i]

--> Die Proceedings der "public meetings" können über <http://www.occ.treas.gov/emoney/minutes.htm> abgerufen werden.

--> Zur Zielsetzung der "Task Force" vgl. <http://www.occ.treas.gov/emoney/missions.htm>.

[\[^\]](#)

[15&7]

Eine Tour d'horizon auf vollen Touren
/Literatur/elektronisches Geld/Geldpolitik

"Elektronisches Geld scheint für die 90er zu sein, was Urlaubsreisen zum Mars für die 60er waren: ein Thema über das sich trefflich spekulieren läßt, auch ohne lästige Auseinandersetzung mit den technischen Grundlagen und geldanalytischen Zusammenhängen." Mit diesem fulminanten Satz beginnt der für die RWI-Mitteilungen geschriebene Artikel von Bibow und Wichmann, der sein Programm, elektronisches Geld "explizit mit Hinblick auf tatsächlich existierende oder im Test befindliche Technologien" zu analysieren, weitgehend erfüllt.

In präzisem Stil verfaßt, wird auf 20 Seiten sowohl eine Einordnung der neuen Geldformen als "wahre Innovationen und nicht bloß Modifikationen bisheriger Geldformen" begründet, eine Charakterisierung des GeldKarten-, Ecash- und CyberCoin- Systems vorgenommen, sodann eine Einschätzung der Durchsetzungschancen der Geldkarten und der Internet- Zahlungssysteme geliefert mit der Pointe, daß die Konstellation der Akteure im ersten Fall zu der des zweiten fast genau entgegengesetzt aussieht: Bei den Geldkarten scheint das Interesse fast ausschließlich bei den Kartenherausgebern zu liegen, während bei den Internet- Zahlungssystemen bestimmte Händler- und Nutzerkreise sowie Technologiefirmen vorangehen, die potentiellen Emittenten sich aber verhalten zeigen. Schließlich wird noch die Frage nach den wirtschaftspolitischen Konsequenzen neuer Geldformen gestellt. Weder sehen die Autoren die Stabilität des Finanzsystems gefährdet, noch die geldpolitischen Instrumente wirkungslos, noch eine nennenswerte Gefahr durch Geldwäsche. Dabei argumentieren die Autoren auf den Punkt, was nachzuzeichnen hier zu weit und direkt in die inhaltliche Auseinandersetzung führte. Man muß durchaus nicht mit jedem Argument der Autoren einverstanden sein, um diesem Artikel viele Leser zu wünschen.

[A]

Knud Böhle

[Q]

Bibow, J. und Wichmann, T.: Elektronisches Geld. Funktionsweise und wirtschaftspolitische Konsequenzen. Januar 1998, zur Veröffentlichung in den "RWI-Mitteilungen, Zeitschrift für Wirtschaftsforschung" bestimmt. Im WWW als PDF-Datei über <http://www.berlecon.de/tw> abrufbar.

[\[^\]](#)

[15&8]

Veranstaltungen von Mitte Juni bis Anfang Juli 1998
/Deutschland/Europa/Konferenz

14.-17. Juni 1998 - medienforum NRW

Das medienforum NRW findet im Congress-Centrum West der KölnMesse statt und ist eine dieser Mammutveranstaltungen, auf denen es für jeden etwas gibt. Wie die Veranstalter stolz aufzählen: "10 Fachkongresse mit über 100 Seminaren, Workshops und Podiumsdiskussionen, dazu 1 Fachmesse mit rund 300 Ausstellern erwarten Ihren Besuch. Sie zeigen einen Querschnitt durch den aktuellen Stand von Medienpolitik, Medienwirtschaft und Medientechnologie. Teilnehmer aus allen Mediengattungen knüpfen hier 'Kontakte im Breitband-Format.'"

Ein Symposium zum Electronic Commerce, findet am 15.6 zwischen 14.00 und 17.00 statt. Nach einer Einführung durch Kurt Monse ist ein einstündiger Vortrag von Ralph F. Wilson zum Thema "Profit im Web" vorgesehen, an den sich eine Podiumsdiskussion mit dem Titel "Let's talk Shop: Broker - Dealer - Auktionator", moderiert von Kurt Monse, anschließt.

--> Weitere Informationen unter <http://www.medienforum.nrw.de>

18.-19. Juni 1998 - Electronic Commerce: The real Trade

Diese Konferenz, die in Oslo stattfindet, gehört zu den kleineren Ereignissen, die ja nicht selten die bessere Diskussionsatmosphäre versprechen. Veranstaltet wird sie von IFCLA und CLA, d.h. "International Federation for Computers and Law Associations" und "Computers and Law Associations". Entsprechend stehen die rechtlichen Aspekte elektronischen Handels im Vordergrund. Unter anderem wird dort Olav Torvund von der Universität Oslo zu "Payments in Open Networks" und Thomas Hoeren, Universität Münster, zum Thema " Electronic Commerce: The Legal Scenario" vortragen.

--> <http://www.jus.uio.no/iri/nrccl/e-commerce/index.html>

21.-24. Juni 1998 - Beyond Convergence

In Stockholm findet die 12. der in zweijährigem Abstand stattfindenden Tagungen der International Telecommunications Society (ITS) statt. Das Programm in einem Satz: "The Twelfth Biennial ITS Conference, located in Stockholm, Sweden, is focusing on what will happen after the imminent convergence of communication, computing and media." Abgearbeitet wird das Programm in 8 Strängen (Changing Usage Patterns, Convergence and Market Structure, Regulatory Regimes, Managerial and Organizational Implications, Innovation and convergence, International and Regional Issues, Internet as a Manifestation of Convergence: A New Industry Paradigm und Special Studies).

--> Näheres unter <http://www.its98.org/conference>

23.-24. Juni 1998 - Electronic Commerce EDI'98

Das DIN Deutsches Institut für Normung e. V. veranstaltet den Kongreß mit Fachausstellung im CCM Frankfurt am Main. Nicht unbedingt überraschend geht es keineswegs nur um EDI. Die angebotenen - meist halbtägigen - Vortragsreihen tragen Titel wie "Electronic Commerce - Chancen und Risiken", "Virtuelle Bank", "Digitale Signatur", "Best Practice", "Efficient Consumer Response", "Electronic Commerce im Mittelstand" und "EDI-Integration". Zum Thema virtuelle Bank kommen Bernd Horsch (Commerzbank AG, Frankfurt a.M.), Hans-Joachim Nitschke (comdirect bank GmbH, Quickborn), Dr. Christof Blum (Deutsche Bank AG, Eschborn) und Edwin Ostermaier (Bayerische Vereinsbank, München) zu Wort.

--> Das Programm unter <http://www.communic.de/>

7.-8. Juli 1998 - Zahlungsverkehrs-Geschäft im Wandel

Die Konferenz, die im Steigenberger Airport Hotel in Frankfurt stattfinden wird, hat einen langen Titel: "2. I.I.R.-Konferenz Zahlungsverkehrs-Geschäft im Wandel. Auswirkungen der Europäischen Währungsunion auf den Inlands- und Auslands-Zahlungsverkehr." Das Wort Internet taucht zwar kein einziges Mal im Programm auf. Daraus darf aber nicht vorschnell der Schluß gezogen werden, die Konferenz sei thematisch nicht einschlägig. Man darf wohl annehmen, daß bei Vorträgen wie dem von Dr. Hans-Jürgen Friederich von der Deutschen Bundesbank zum Thema "Die Rolle der Zentralbanken im EU-Zahlungsverkehr" der Internet-Zahlungsverkehr und Projekte wie der "Smart Euro" unvermeidlich ins Spiel kommen werden.

--> Mehr zur Konferenz <http://www.iir-germany.com/wandel-zahlungsverkehr/index.html>

[^]

[15&9]

Impressum

[\$&\$]

EZI-N Elektronische Zahlungssysteme im Internet
Newsletter - 1998 - Nr. 15 - Freitag - 12.6.1998
<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](#)