

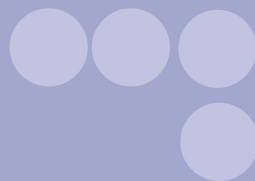
WebSphere[®] software

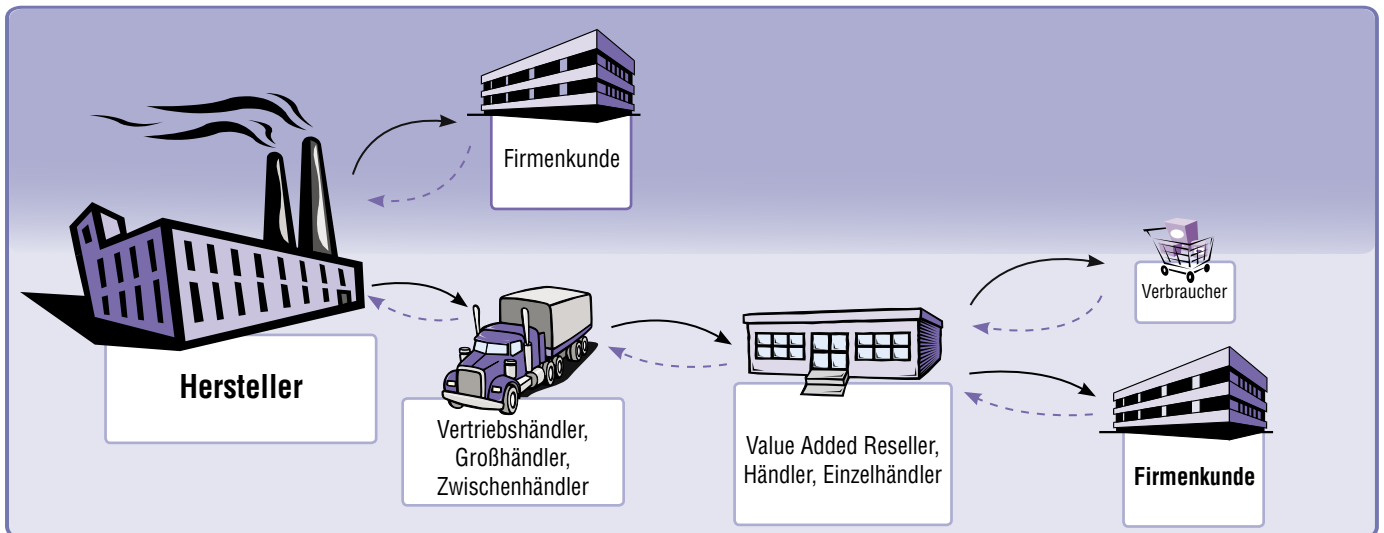


B2B-E-Commerce-Lösungen ermöglichen e-business on demand.

E-Commerce in Echtzeit ist heute ein wesentlicher Bestandteil fast jedes Unternehmens. Dabei spielt es keine Rolle, ob es um kleine Familienbetriebe oder um große globale Unternehmen geht. Bedenken Sie die Vorteile einer erfolgreichen B2B-E-Commerce-Strategie: Optimierte Business-Prozesse. Intensivere Beziehungen zu Kunden und Handelspartnern. Erweiterte Reichweite in Bezug auf neue Märkte.

Wie bei jeder Wettbewerbsstrategie ist die Ausführung maßgeblich. Und die Wahl der richtigen B2B-E-Commerce-Lösung für die Ausführung Ihrer Strategie ist von höchster Bedeutung. IBM WebSphere Commerce-Software kann Ihnen beim Erstellen einer erfolgreichen B2B-E-Commerce-Lösung helfen, bei der Sie darauf vertrauen können, dass Ihre Lösung genau auf Ihr Geschäft abgestimmt ist.





Die einheitliche Nachfragekette

Bauen Sie eine erfolgreiche B2B-Strategie auf

Beim B2B-E-Commerce geht es nicht um einzelne Transaktionen, sondern um eine Serie von Interaktionen und Transaktionen zwischen zwei Unternehmen, die durch einen Vertrag mit eindeutigen Bedingungen definiert werden. Diese Verträge beschreiben die Geschäftsbeziehung und definieren Business-Richtlinien, die den Einkauf und Verkauf von Produkten und Dienstleistungen regeln. Für eine erfolgreiche B2B-Strategie müssen Sie neben diesen Business-Richtlinien mehrere andere Variablen wie Bestände, Produktionszyklen und die Logistik berücksichtigen, um eine effektive und effiziente Geschäftsbeziehung aufzubauen. Diese Geschäftsbeziehungen werden erheblich komplexer, wenn sie über einfache Online-Transaktionen mit Firmenkunden hinausgehen und sich auf Online-Transaktionen mit mehreren Handelspartnerstufen erstrecken.

Die Interaktionen mit den zahlreichen Verkaufs- und Vertriebspartnern, die dazu beitragen, Ihre Produkte dem Markt bereitzustellen, müssen Sie unbedingt verwalten können. Ohne ein hohes Maß an Koordination in der elektronischen Nachfragekette riskieren Unternehmen das Risiko von Unwirtschaftlichkeit bei gleichzeitig erhöhten Kosten. Die IBM WebSphere Commerce-Software bietet eine B2B-E-Commerce-Lösung, die Ihnen bei folgenden Aufgaben hilft:

- *Rationalisieren und Erweitern von Business-Prozessen, um Kosten und Zykluszeiten zu reduzieren.*
- *Intensivieren von Geschäftsbeziehungen, um Zufriedenheit und Loyalität zu verbessern.*
- *Optimieren der Verkaufs- und Marketingwirksamkeit, um die Einnahmen zu erhöhen.*
- *Nutzen einer flexiblen, auf Standards basierenden Plattform und vereinfachter LOB-Tools (Line of Business, Sparte) zum Verbessern der Beweglichkeit und zum Senken der Gesamtkosten.*

Erweitern Sie Offline-Verträge auf Online-Transaktionen

Rationalisieren und Erweitern von Business-Prozessen

B2B-Transaktionen zwischen Unternehmen, Kunden und Handelspartnern beruhen normalerweise auf vordefinierten Vertragsbedingungen. Zur Maximierung Ihrer E-Commerce Strategie müssen Sie vorab ausgehandelte Business-Richtlinien auf den Online-Bereich erweitern. Dazu zählen beispielsweise Preise und Zahlungsbedingungen, Kredit- und Ausgabenlimits sowie Versandpräferenzen. Das Erweitern und Anwenden von Vertragsbedingungen auf Online-Transaktionen hilft Ihnen bei folgenden Aufgaben:

- *Sicherstellen der Einhaltung von Vertragsbedingungen während Bestellungs-transaktionen, um Risiken einzuschränken.*
- *Verringern der Komplexität und Verwirrung beim Verwalten mehrerer Verträge in einem einzigen Unternehmen.*
- *Reduzieren von Fehlern bei der Preiskalkulation durch Preiskalkulationsrichtlinien während des Transaktionsprozesses.*

Integrieren, automatisieren und optimieren Sie Ihre Bestellungsprozesse

Vermutlich verfügen Sie über verschiedene nicht synchronisierte Auftragsverwaltungssysteme, mit deren Hilfe Ihre Kunden und Handelspartner in Echtzeit auf Auftragsstatus oder Produktverfügbarkeit zugreifen können. Infolgedessen sind die Bestellungsprozesse bruchstückhaft und ermöglichen es Ihnen nicht, einheitliche und zuverlässige Informationen bereitzustellen. Durch das Rationalisieren und Automatisieren bruchstückhafter Bestellungsprozesse mit Hilfe einer verteilten Auftragsverwaltung und Bestandsfunktionen können Sie Auftrags- und Produktinformationen in Echtzeit bereitstellen und die Kosten für das Erfassen und Ausführen von Bestellungen erheblich reduzieren. Das Rationalisieren und Automatisieren der Bestellungsprozesse hilft Ihnen bei folgenden Aufgaben:

- *Reduzieren der Zahl der stornierten Aufträge aufgrund nicht vorrätiger Artikel durch eine integrierte Bestandsverwaltung und Verfügbarkeitsprüfung (Available-to-Promise, ATP).*

- *Verringern von Fehlern bei der manuellen Dateneingabe und bei der Auftragsbearbeitung durch Automatisieren der Auftragserfassungsprozesse.*
- *Verbessern der Zykluszeiten bei der Auftragsbearbeitung und der Gewinnrealisierung durch Verschlinkung der Prozesse vom Angebot bis zum Zahlungseingang.*
- *Bereitstellung von Auftragsstatus und Produktinformationen in Echtzeit durch eine einzige Ansicht auf Back-End Systeme für Auftragsverwaltung, Bestände und Ausführung.*

Verbessern Sie Ihre Flexibilität durch eine einheitliche Schnittstelle

Die Fähigkeit, für Kunden und Handelspartner eine flexible, praktische und nahtlose Lösung für den Einkauf zu schaffen, ist in der heutigen Welt des E-Commerce unerlässlich. Dadurch, dass Sie Ihren Mitarbeitern, Handelspartnern und Kunden einen zentralen Zugriffspunkt bereitstellen, ermöglichen Sie den schnellen Zugriff auf grundverschiedene Informationen, Anwendungen und Prozesse. Unabhängig davon, ob der Prozess den Kern einer Handelstransaktion (Bestandsüberprüfung, Preiskalkulation) oder eine Ergänzung (Kundensupport, Schulungsmaterial) darstellt, ob der Zugriff über ein Mobiltelefon oder einen herkömmlichen Web-Browser erfolgt, Ihre Kunden erleben eine einzige, einheitliche Schnittstelle, ohne dass Sie mehrere Systeme und Daten verwalten müssen. WebSphere Commerce-Software kann Ihnen beim Erstellen eines vollständig integrierten, Multichannel-Zugriffspunktes helfen, der die bereits vorhandenen IT-Systeme nutzt. Sie haben folgende Möglichkeiten:

- *Verbessern des Käuferlebnisses für den Kunden durch Bereitstellen einer einzigen Schnittstelle für kritische Informationen und Prozesse.*
- *Senken der Gesamtkosten (Total Cost of Ownership, TCO), indem Sie vorhandene Prozesse nutzen, anstatt neue zu erstellen und zu verwalten.*
- *Steigern des Wertes vorhandener Investitionen durch die Nutzung von Prozessen in Back-End-Systemen.*



E-Commerce-Channel als Triebfeder für Erträge bei Goodyear

Das globale Reifengeschäft ist eine unglaublich wettbewerbsorientierte Milliarden-Dollar-Branche. Als weltweit größter Reifenhersteller ist Goodyear Tire and Rubber Company auf sechs Kontinenten präsent und verfügt über ein umfassendes Händlernetz. Goodyear's 14-Milliarden-Dollar-Geschäft erfordert in hohem Maß effiziente Vorgänge und die Fähigkeit, seinen Wiederverkäufern schnellen, hervorragenden Kundenservice zu bieten. Diese Wiederverkäufer machen einen bedeutenden Teil des gesamten Handelspartnerstamms und des Jahreseinkommens von Goodyear aus. Um seinen Wettbewerbsvorteil aufrechtzuerhalten, wollte Goodyear die Auftragsabwicklung für seine Händler, firmeneigenen Verkaufsstellen und zahlreichen anderen Channel-Partner beschleunigen und gleichzeitig die Betriebskosten senken.

Implementieren eines B2B-Channels

In Zusammenarbeit mit IBM implementierte Goodyear XPLOR, eine B2B-Channel-Site, über die Handelspartner Aufträge online erteilen und in Echtzeit auf Preiskalkulationen, Bestandsverfügbarkeit und Auftragsinformationen zugreifen können. Bei der Einrichtung dieses B2B-Channels mussten Goodyear's vorhandenes SAP R/3-Bestandssystem und grundverschiedene Tools für die Systemverwaltung integriert werden. Mit Technologien auf der IBM WebSphere-Softwareplattform, die mit Goodyear's vorhandener Infrastruktur zusammenarbeiten, entwickelte Goodyear einen schnellen, benutzerfreundlichen Prozess für die Selbstbedienungsbestellung über das Web, der die Zykluszeit für die Auftragsbearbeitung von über Nacht auf praktisch sofort verkürzte. Die Folge waren ein besserer Kundenservice und niedrigere Betriebskosten. Und dank der Automatisierung dieser Prozesse hatten die Kundenservicemitarbeiter Zeit, sich auf komplexere, wertvollere Aufgaben zu konzentrieren.

Langfristiger Wert

Goodyear verfügt jetzt über eine solide, erweiterbare Grundlage, mit deren Hilfe zukünftige e-business-Anwendungen schnell entwickelt und bereitgestellt werden können. „Durch das XPLOR-Programm haben wir von IBM's Technologie, Vision und Know-how profitiert“, sagt Duane Hand, E-Commerce-Manager bei Goodyear. „Ihr Engagement für uns als Partner war ein Schlüsselement des Erfolgs von XPLOR—und wird dies auch in Zukunft sein.“

Intensivieren von Geschäftsbeziehungen

Ermöglichen Sie Kunden und Handelspartnern einen sinnvollen Gesamteindruck

Um intensive Geschäftsbeziehungen zu Ihren Kunden und Handelspartnern aufrechtzuerhalten, müssen Sie durch ein hohes Maß an Zufriedenheit ihre Loyalität bewahren. Kunden und Partner verlangen verstärkt, dass die Anbieter ihre speziellen Anforderungen an eine personalisierte Einkaufsumgebung mit leichtem Zugriff erfüllen.

Ob auf Basis von Verträgen oder Aufforderungen zur Angebotsabgabe (Request for Quotation, RFQ), Auktionen, Katalogen oder Anforderungslisten—mit Hilfe von WebSphere Commerce können Sie Ihren Kunden alternative Methoden für das Kaufen von Produkten und Dienstleistungen anbieten und ihre Präferenzen beim Einkaufen berücksichtigen. Dadurch ergeben sich neue Einnahmequellen. Steigern Sie die Effizienz beim Kaufen, indem Sie die branchen- und rollenspezifischen Anforderungen der Kunden berücksichtigen. Je nach der Rolle des Kunden im Einkaufsprozess können Sie Informationen zur Verfügung stellen oder einschränken. Und wenn Sie einen Auftrag erhalten und ausgeführt haben, ermöglichen Sie den Kunden den Zugriff auf persönliche Kontoinformationen, bisherige Käufe und den Auftragsstatus. Das Ergebnis? Dauerhafte Geschäftsbeziehungen und nachhaltige Kundenloyalität.

Bauen Sie organisationsübergreifende kollaborative Beziehungen auf

Die Fähigkeit, mit Ihren Teammitgliedern, Kunden und Partnern zusammenzuarbeiten und zu kommunizieren, kann für Ertragschancen oder Verkaufsstrategien

entscheidend sein. Kollaborationssoftware nutzt das Internet zum Koordinieren der Bemühungen mehrerer Parteien, treibt die Produktinnovation voran und beschleunigt die Zeit bis zur Marktreife. Verwenden Sie Funktionen für Instant Messaging und Diskussions-Threads, um Ihren Kunden dynamisches, personalisiertes Kaufen zu ermöglichen. Stellen Sie detailliertes Produktwissen bereit, das erheblich zum Aufbau von Kundenvertrauen beitragen und wiederholte Besuche Ihrer Site sicherstellen kann.

Mit Hilfe von Kollaborationstechnologien stellen Sie nicht nur ein Modul für E-Commerce-Transaktionen bereit, sondern entdecken neue Wege für Interaktionen und bauen intensivere Beziehungen zu Kunden and Handelspartnern auf. Treffen Sie sich dank der Team-kollaborationsfunktionen mit Kunden, Channel-Partnern und Ihren eigenen Mitarbeitern in Online-Konferenzen. Nutzen Sie Informationen gemeinsam, beteiligen Sie sich an Verkaufsinitiativen, und entwickeln Sie Zukunftspläne gemeinsam. Sie beschleunigen nicht nur den Entscheidungsfindungsprozess, sondern Sie verringern die Kosten für Reisen und Spesen erheblich. Durch den Aufbau organisationsübergreifender kollaborativer Beziehungen ergeben sich folgende Möglichkeiten:

- *Verringern der Zeit bis zur Marktreife bei der Einführung neuer Produkte.*
- *Eliminieren der Unwirtschaftlichkeit bei der Planung physischer Meetings.*
- *Intensivieren von Geschäftsbeziehungen und Vorantreiben von Innovationen.*





Optimieren der Wirksamkeit von Verkaufs- und Marketingaktivitäten.

Bieten Sie Kunden das, was sie wollen

Um die Umsatzerlöse zu maximieren, möchten Sie, dass Ihre Kunden und Handelspartner die ihren Anforderungen entsprechenden Produkte schnell und mühelos finden. Kunden, die das Gesuchte nicht finden, ziehen weiter. Verbessern Sie Ihre Verkaufseffizienz, indem Sie es den Kunden leicht machen, mit Ihnen Geschäfte zu tätigen.

WebSphere Commerce-Software kann Ihnen helfen, ein hochwertiges Online-Erlebnis zu schaffen, das den Umsatz erhöht und Ihren Wettbewerbsvorteil verbessert. Sie haben folgende Möglichkeiten:

- *Maximieren der Umsatzerlöse durch den Einsatz anspruchsvoller geführter Verkaufs- und Suchfunktionen, die Kunden das Auffinden der richtigen Produkte erleichtern.*
- *Steigern der Erlöse durch Cross-Selling- und Up-Selling-Möglichkeiten.*
- *Verbessern der Fähigkeit der Kunden, eine intelligente, sichere und informierte Wahl zu treffen, indem Sie Funktionen zum Vergleichen und Bewerten von Produkten auf Basis der jeweiligen Anforderungen bereitstellen.*

Ermitteln und nutzen Sie die Kaufrends der Kunden

Die Fähigkeit, etwas gegenüber Kunden und Handelspartnern zu vermarkten und ihnen zu verkaufen, ist entscheidend für Ihr Endergebnis. Optimieren Sie Umsatz und Gewinn, indem Sie das Verhalten und die Vorlieben der Käufer analysieren—und verstehen. Mit diesem Wissen können Sie Kundeninformationen in Wettbewerbs-Assets verwandeln, indem Sie die richtigen Produkte zum richtigen Zeitpunkt dem richtigen Kunden anbieten.

Mit Hilfe der Business-Analysefunktionen von WebSphere Commerce profitieren Sie davon, Ihre Kunden—und Ihr Geschäft—besser zu kennen. Sie können Marketing-initiativen Zielgruppen spezifisch definieren, ausführen und messen, um die Produkte zu fördern, die den Anforderungen der Kunden entsprechen. Um Ihre wirtschaftliche Effektivität zu verbessern, können Sie diese Fähigkeiten auf verschiedene Weisen nutzen:

- *Erhöhen der Antwortraten und des gesamten Umsatzes durch das mühelose Segmentieren der Kunden und das Personalisieren der einzelnen Marketinginitiativen.*
- *Erhöhen Sie die Effizienz von Marketingkampagnen und -programmen, indem Sie den Prozess für das Erstellen und Bereitstellen verschiedener Arten von Werbekampagnen über mehrere Kanäle (Web, drahtlose Technologien, E-Mail) automatisieren.*
- *Analysieren Sie den Erfolg und die Wirksamkeit von Marketinginitiativen für verschiedene Kanäle mit Hilfe von Closed-Loop-Marketingfunktionen.*
- *Identifizieren Sie zukünftige Anforderungen und prognostizieren Sie Lagerumschläge genauer, um auf veränderte Marktbedingungen zu reagieren.*



Staples macht ernst mit B2B-E-Commerce-Site

Als führender globaler Einzelhändler für Büromaterial, Business-Services, Büromöbel und -technologien liefert Staples Produkte für den Bürobedarf. Das 11-Milliarden-Dollar-Unternehmen, das Heimbüros ebenso wie Unternehmen aus den Fortune 500 versorgt, musste die Bedingungen der einzelnen Verträge mit seinen Kunden auf den Online-Bestellungsprozess erweitern und mit ihm integrieren. Da Staples außerdem die Kosten für die Auftragsbearbeitung reduzieren und den Beschaffungsprozess seiner Kunden rationalisieren wollte, wurde die Website StaplesLink.com in Betrieb genommen.

Rationalisieren der Einkaufs- und Auftragsbearbeitung

StaplesLink.com versorgt fast 10.000 mittlere und große Unternehmen und hilft Einkaufsmanagern bei der Beschaffung von Büromaterial durch die Dezentralisierung des Einkaufs bei gleichzeitiger Zentralisierung und Kontrolle der Kosten. Bei der Implementierung von Staples' E-Commerce-Lösung mussten nicht nur die einzelnen Kundenverträge integriert werden, sondern es mussten Schnittstellen zu den E-Procurement-Anwendungen der Kunden, beispielsweise Ariba und Commerce One, geschaffen werden. Mit IBM WebSphere Commerce-Software automatisiert und rationalisiert StaplesLink.com den Einkaufsprozess für seine Firmenkunden und reduziert gleichzeitig seine eigenen Kosten für die Auftragsbearbeitung erheblich. Heute bietet StaplesLink.com seinen Kunden eine benutzerfreundliche B2B-E-Commerce-Site mit mehr als 80.000 Produkten mit Bestandsverfügbarkeit, firmenspezifischen Vertragspreisen und dem Verstandstatus von Einzelposten in Echtzeit.

Ernten der Früchte

Heute verwenden über 70 Prozent der Firmenkunden StaplesLink.com, was über 700 Millionen Dollar an B2B-Umsätzen ausmacht. „Mit IBM's B2B-E-Commerce-Lösung konnte Staples seinen mittleren und großen Firmenkunden einen neuen Einkaufskanal anbieten“, sagt Anne-Marie Keane, Vice President für B2B-E-Commerce bei Staples.com. „Überflüssig zu sagen, dass die Website außerdem unsere Kosten für die Bearbeitung von Aufträgen reduziert hat.“



Nutzen einer auf Standards basierenden Plattform und vereinfachter Tools

Offene Standards bedeuten Flexibilität

Im immer wettbewerbsorientierteren und ständigen Veränderungen unterworfenen Markt von heute muss Ihre e-business-Infrastruktur beweglich und reaktionsfreudig sein. Sie muss Ihnen bei Bedarf Reaktionen auf veränderte wirtschaftliche Umstände ermöglichen und maximale Flexibilität und Geschwindigkeit bieten. Gleichzeitig erhöht die Konzentration auf Kostenreduktion und gleichzeitige Verminderung der eingesetzten Ressourcen den Druck IT Investitionen zu rechtfertigen. Ein umfassender Ansatz für den Commerce-Integrations-prozess und die Fähigkeit, vorhandene—und zukünftige—Investitionen in Systeme, Prozesse, Know-how und Technologie zu nutzen, haben Vorrang.

Die WebSphere Commerce-Software basiert auf dem bewährten, mehrfach ausgezeichneten IBM WebSphere Application Server. Mit ihren robusten Entwicklungstools und einer flexiblen e-business-Infrastruktur auf Basis offener Branchenstandards wie Java-Technologie und Web-Services bietet WebSphere-Software eine verlässliche und doch innovative Plattform, die mit Ihnen wächst. Sie liefert Ihnen die Tools, mit denen Sie den dringenden geschäftlichen und wirtschaftlichen Herausforderungen begegnen können und berücksichtigt dabei die Fähigkeiten, die Sie in Zukunft benötigen werden, um sich erfolgreich dem Wettbewerb zu stellen.

Stärken Sie die Wissensträger

Überlastete IT-Ressourcen und der Mangel an Fachkenntnissen können Ihre Fähigkeit, bei Bedarf auf Konkurrenzdruck oder Kundenanforderungen zu reagieren, erheblich behindern. Dank ihrer guten Ideen und Einblicke hinsichtlich der Reaktion auf Verhaltensmuster der Käufer und Trends wissen Ihre LOB-Manager am besten, wie Anwendungen funktionieren sollten. Sie wissen jedoch nicht zwangsläufig, wie man dies bewerkstelligt. Stattdessen sind sie auf Programmierer und Entwickler mit dem technischen Know-how für Anwendungsdesign,—entwicklung und -wartung angewiesen.

Sie können dazu beitragen, den IT-Engpass zu beseitigen und die organisatorische Beweglichkeit zu verbessern, indem Sie Ihren Business-Managern mehr Kontrolle und mehr Funktionalitäten in die Hand geben. Mit den richtigen Tools können Business-Manager schnell und mühelos Commerce-Prozesse ändern und bereitstellen, während Entwickler eine vollständig integrierte, benutzerfreundliche Entwicklungsumgebung verwenden können, um neue Funktionalitäten zu erstellen und vorhandene zu erweitern. Marketing-Manager können vereinfachte Marketingtools nutzen, mit denen sie präzise Marketing-Promotions über mehrere Kanäle segmentieren, Ziele für sie setzen, sie ausführen und messen können. Und Ihr IT-Personal hat mehr Zeit, sich auf die Integration der vorhandenen Systeme zu konzentrieren, um eine einheitliche, leistungsstarke e-business-Plattform voranzutreiben, die zu einem langfristigen Wettbewerbsvorteil führen kann.

Ein vollständiges e-business on demand

WebSphere-Software—die führende Plattform für e-business on demand.

- *Stellen Sie Ihre Produkte und Services gemäß individuellen Kundenwünschen schnell bereit—schneller als die Konkurrenz. Mit Hilfe einer integrierten Umgebung können Ihre Entwickler Anwendungen schnell einsatzbereit bereitstellen.*
- *Reagieren Sie schnell auf Marktschwankungen und neue Branchenanforderungen für die Lieferkette—in Echtzeit. Eine robuste Plattform ermöglicht Ihnen die mühelose Anpassung an neue Technologien und die Integration Ihres Geschäfts mit dem Ihrer Partner.*
- *Verbessern Sie die betriebliche Effizienz durch dynamische und automatisierte Prozesse. Führende Prozessintegrationssoftware erleichtert das Erstellen, Ändern und Veröffentlichen neuer Business-Prozesse.*
- *Ermöglichen Sie allen Beteiligten Ihrer Wertekette im Handumdrehen den Zugriff auf dieselbe Sicht für Informationen, Anwendungen und Services—unabhängig vom Ort oder Endgerät. Die anspruchsvolle Portal-Technologie bietet eine einzige Oberfläche, die den Zugriff auf Informationen und Anwendungen vereinfacht.*
- *Verwenden Sie bereits vorhandene Fachkenntnisse und Assets. Dank der modularen marktführenden Lösungen können Sie klein anfangen und Ihr Geschäft im für Sie geeigneten Tempo ausbauen.*

Mit der WebSphere-Software-Plattform können Sie geschäftlichen Herausforderungen auf ganz neue Weise begegnen und ein e-business on demand aufbauen—unabhängig davon, in welchem Geschäft Sie tätig sind.

Weitere Informationen

Wenn Sie mehr über IBM WebSphere Commerce-Software erfahren möchten, wenden Sie sich an Ihren IBM-Marketingvertreter, an IBM Global Services oder Ihren IBM Business Partner, oder besuchen Sie:

ibm.com/software/websphere/commerce



© Copyright IBM Corporation 2003

IBM Deutschland GmbH
70548 Stuttgart
<http://www.ibm.com/de>

IBM Österreich
Obere Donaustraße 95
1020 Wien
<http://www.ibm.com/at>

IBM Schweiz
Bändliweg 21, Postfach
8010 Zürich
<http://www.ibm.com/ch>

Produced in the United States of America
05 -03

Alle Rechte vorbehalten

Das e-business-Zeichen, e-business on demand, die Verankerung von e-business on demand, IBM, das IBM-Zeichen und WebSphere sind Marken oder eingetragene Marken der International Business Machines Corporation in den USA und/oder anderen Ländern.

Java und alle Java-basierten Marken und Zeichen sind Marken der Sun Microsystems, Inc. in den USA und/oder anderen Ländern.

Firmen-, Produkt- und Dienstleistungsmarken anderer Unternehmen werden anerkannt.