

Zeitschrift: bulletin.ch / Electrosuisse

Herausgeber: Electrosuisse

Band: 94 (2003)

Heft: 19

Artikel: Datenschutz und E-Commerce

Autor: Krummer, Mathias

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-857598>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 11.02.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Datenschutz und E-Commerce

Wer im Internet surft, hinterlässt Spuren. Webserver speichern Angaben über Rechneradresse (IP), Datum, Zeit, durchgeführte Aktion usw. in Log-Files. Auch auf dem Computer des Nutzers platzierte Cookies generieren nützliche Informationen. Diese Daten werden oft zu Statistikzwecken ausgewertet. Alleine lassen die Angaben noch nicht ohne weiteres auf die Identität des Nutzers schliessen und sind daher datenschutzrechtlich wenig problematisch. Sobald der Anbieter jedoch weitere personenbezogene Daten über den Nutzer erhält – beispielsweise durch Angaben in Bestell- oder Anmeldefeldern – sind Verknüpfungen möglich, die zu umfangreichen Persönlichkeitsprofilen führen. Da die Daten elektronisch vorliegen, sind Verknüpfungen und Auswertungen durch Datenverarbeitungssysteme einfach.

Neue Technologien und Methoden ermöglichen es, kontinuierlich eine grosse Menge an Personendaten zu sammeln, zu ordnen und so auszuwerten, dass Ge-

Mathias Kummer

wohnheitsmuster (z.B. Kaufverhalten), künftige Trends und Kundenprofile erstellt werden können. Die Auswertungsmethoden des Data Mining erzeugen sogar persönliche Informationen, die zuvor noch gar nicht explizit vorhanden waren [1].

Solche Profile sind für Unternehmen, die E-Commerce betreiben, von grossem Wert. Dem Besucher einer Website können Informationen angezeigt werden, die speziell auf seine Bedürfnisse und Interessen abgestimmt sind (so genannte Personalisierung im E-Commerce) [2]. Individuell massgeschneiderte Kaufempfehlungen, Rabatte und Werbung binden den Kunden an das Unternehmen. Durch gezielte Direktmarketingmassnahmen werden Neukunden

gewonnen. Das Konsumverhalten wird gezielt beeinflusst und gesteuert.

Das wirtschaftliche Wachstumspotenzial des elektronischen Geschäftsverkehrs wird als gross eingeschätzt. Es hängt jedoch direkt vom Vertrauen der Kunden ab. Dieses Vertrauen wird mit dem Schutz der Privatsphäre und mit der Sicherheit des Datenverkehrs gestärkt. Die aufgezeigten technischen Möglichkeiten gefährden bei rücksichtlosem Einsatz die Persönlichkeit und damit das Vertrauen der Kunden in den E-Commerce.

Es gibt eine Vielzahl vertrauensfördernder Massnahmen für den elektronischen Geschäftsverkehr. Die wichtigste Massnahme ist die Einhaltung der einschlägigen datenschutzrechtlichen Bestimmungen. Weitere Massnahmen sind eine transparente Datenbearbeitung durch eine umfassende Datenbearbeitungserklärung, Wahlmöglichkeiten für die Begrenzung der Nutzung und Weitergabe von Personendaten, der Einsatz neuer technischer Möglichkeiten zum Schutz von Personendaten, das Einhalten

von privaten Verhaltensregeln (Netiquette, Vorschriften von Verbänden) und die Überprüfung des eigenen Internetauftritts in so genannten Datenschutzaudits.

Vertrauensfördernde Massnahmen für den elektronischen Geschäftsverkehr

Einhaltung der datenschutzrechtlichen Grundsätze im Datenschutzgesetz

Den wirtschaftlichen Interessen des Anbieters steht der Schutz der Persönlichkeit der betroffenen Person gegenüber. Dieser wird durch das Bundesgesetz über den Datenschutz¹⁾ (DSG) gewährleistet. Für Online-Anbieter gilt: Nicht alles, was machbar ist, ist auch erlaubt.

Die Einhaltung der Datenbearbeitungsgrundsätze des schweizerischen Datenschutzgesetzes ist die erste, zwingende Voraussetzung der Vertrauensbildung. Personendaten dürfen nur dann bearbeitet werden, wenn diese rechtmässig beschafft wurden, die Bearbeitung zweck- und verhältnismässig ist und nicht gegen Treu und Glauben verstösst. Die Daten müssen durch angemessene technische und organisatorische Massnahmen gegen unbefugtes Bearbeiten geschützt werden.

Wer Personendaten bearbeitet, hat sich über deren Richtigkeit zu vergewissern. Private Personen, die regelmässig besonders schützenswerte Personendaten oder Persönlichkeitsprofile bearbeiten oder Personendaten an Dritte bekannt geben, müssen Sammlungen vor ihrer Eröffnung beim Eidgenössischen Datenschutzbeauftragten (EDSB)²⁾ registrieren. Die Rechte der Betroffenen (umfangreiches Auskunftsrecht, Recht auf Berichtigung, Sperrung bzw. Löschung der Personendaten) sind zu wahren. Besonders schützenswerte Personendaten oder Persönlichkeitsprofile dürfen nicht ohne Rechtfertigungsgrund (insbesondere nicht ohne Einwilligung) Dritten bekannt gegeben werden. Speziell reglementiert wird zudem die Bekanntgabe von Personendaten ins Ausland. Sie ist grundsätzlich nur dann erlaubt, wenn im Empfängerstaat ein gleichwertiger Datenschutz wie in der Schweiz herrscht. Zur Bekanntgabe der Daten in einen Staat mit weniger weit reichendem Datenschutz

braucht es auf alle Fälle die Einwilligung der betroffenen Person. Nicht zuletzt zeichnet sich das im Datenschutzgesetz verwirklichte Grundrecht der informatio-nellen Selbstbestimmung dadurch aus, dass der Betroffene die Datenbearbeitung gänzlich verbieten darf, es sei denn, es liege ein Rechtfertigungsgrund (überwie-gendes privates oder öffentliches Interesse, Gesetz) vor.

Treu und Glauben

Der Grundsatz von Treu und Glauben verlangt die transparente und lautere Be-schaffung und Bearbeitung der Daten. Der Kunde ist über den Zweck der Bear-beitung zu orientieren.

Verhältnismässigkeit

Nach dem Grundsatz der Verhältnis-mässigkeit dürfen nur die Personendaten gesammelt und bearbeitet werden, die ge-eignet und erforderlich sind, um den (le-galen) Zweck der Bearbeitung zu erfüllen. Zudem muss der Eingriff in die Per-soönlichkeit im Verhältnis zum Zweck schonend erfolgen. Für die Abwicklung von elektronischen Geschäftstransaktio-nen sind oftmals viel weniger Daten not-wendig als die in einer Eingabemaske ge-sammelten Angaben. Auf die Abfrage von besonders sensiblen Personendaten ist – wenn möglich – zu verzichten. Sammlungen auf Vorrat sind zu unterlas-sen. Ziel ist das Vermeiden unnötiger Daten.

Zweckgebundenheit

Personendaten dürfen nur zu dem Zweck bearbeitet werden, der bei der Be-schaffung angegeben wurde, aus den Umständen ersichtlich oder gesetzlich vorgesehen ist. Verlangt wird eine klare Zweckumschreibung. Eine nachträgliche Zweckänderung darf nur mit Zustim-mung des Betroffenen vorgenommen werden. In zeitlicher Hinsicht verlangt das Prinzip der Zweckgebundenheit, dass nicht mehr benötigte Daten gelöscht wer-den. Zudem verstossen auf Vorrat ange-legte Datensammlungen ohne Zweckbe-stimmung gegen das Prinzip der Zweck-gebundenheit.

Es sollte daher vor dem Anlegen der Datensammlung überlegt werden, zu welchem Zweck die Personendaten ver-wendet werden sollen, und die betroffe-nen Personen sollten dementsprechend ori-entiert werden. Eine Verwendung der Personendaten, die vom ursprünglichen, kommu-nizierten Zweck abweicht – z.B. die Weitergabe an Dritte – benötigt ein erneutes (aufwändiges) Einholen der Ein-willigung der betroffenen Person.

Transparenz bei der Datenbearbeitung

Eine transparente Datenbearbeitungs-politik ist ein weiteres wesentliches Ele-ment für die Vertrauensbildung ge-genüber den Benutzern einer Website. Trans-parenz erreicht man durch Information. Den Kunden sollte aufgezeigt werden, welche Personendaten zu welchen Zwecken beschafft und bearbeitet werden. Dazu eignet sich eine Datenbearbeitungs-erklärung, die zum Bestandteil der Allge-meinen Geschäftsbedingungen (AGB) erklär-t wird.

Durch diese Information wird die Ein-willigung zur zweckgebundenen Be-schaffung und Bearbeitung der Personendaten eingeholt.

Gemäss dem EDSB sollte die Daten-bearbeitungserklärung mindestens über folgende Punkte informieren³⁾:

- Welchen Rechtsbestimmungen unter-steht die Datenbearbeitungspraxis des Anbieters?
- Welche Personendaten werden gesam-melt und zu welchem Zweck?
- Welche Daten werden an Dritte weiter-gegeben und zu welchem Zweck?
- Welche Wahlmöglichkeiten zur Bear-beitung seiner Daten stehen dem Ben-utzer zu?
- Welche Rechte (insbesondere Aus-kunfts- und Berichtigungsrecht) hat der Benutzer?
- Welche Stelle beantwortet Fragen über die Bearbeitung von Personendaten?
- Welche Sicherheitsmassnahmen wer-den zum Schutz von Personendaten angewendet?

Die Datenbearbeitungserklärung ist auf der Website so zu platzieren, dass sie für den Benutzer leicht auffindbar ist. Demnach ist überall dort, wo Personendaten gesammelt werden (Bestellformular, Anmeldetalon usw.), ein Link auf die Datenbearbeitungserklärung zu setzen.

Eine Musterdatenbearbeitungserklä- rung kann unter der Adresse <http://www.weblaw.ch/kompetenzzentrum/content/datenschutz.pdf> bezogen werden.

Wahlmöglichkeiten

Dem Nutzer sollte ein Wahlrecht hin-sichtlich der Begrenzung der Nutzung und Weitergabe seiner Personendaten ge-gaben werden (z.B. bezüglich der mög-lichen Weitergabe zu Werbezwecken). Der Kunde soll nicht vor das Problem ge-stellt werden, dass er entweder bestellt und die Bearbeitung seiner Personenda-taten für Werbezwecke erlaubt oder auf die Bestellung verzichten muss.

Einsatz von Sicherheitstechnologien

Das Datenschutzgesetz verlangt den Einsatz angemessener technischer und

organisatorischer Massnahmen, um die Vertraulichkeit, Integrität und Verfügbar-keit der Personendaten zu sichern.

Welche Massnahmen angemessen sind überlässt der Gesetzgeber bewusst dem Anwender. Dieser hat auf Grund des Zwecks und des Umfanges der Datenbe-arbeitung sowie nach Prüfung möglicher Risiken für die betroffenen Personen und auf Grund des gegenwärtigen Standes der Technik über die einzusetzenden Mittel zu entscheiden.

Je sensibler Personendaten sind, desto besser sind sie zu schützen. Für den elektronischen Geschäftsverkehr sind kryptografische Verfahren (Verschlüsse-lung, Hashing, digitale Signatur) anzu-wenden. Der Schutz des eigenen Systems und der Personendatenbanken durch Ein-satz von Firewalls, bedacht gewählten Passwörtern und physischen Zutrittsbar-rieren ist eine notwendige Selbstver-ständlichkeit. Die Massnahmen sind peri-odisch zu überprüfen.

Gütesiegel und Datenschutzaudits

Anbieter von Datenschutzaudits prü-fen den Online-Auftritt von Website-Bet-reibern auf die Einhaltung der daten-schutzrechtlichen Bearbeitungsgrund-sätze. Entspricht der Auftritt dem geltenden Recht, so erhält der Website-Betrei-ber ein Gütesiegel und die Berechtigung, dieses gegen eine jährliche Gebühr und zeitlich limitiert auf seiner Site zu publi-zieren. Der Website-Betreiber soll mit seiner datenschutzgerechten Datenbear-bitungspolitik Werbung machen können.

In der Schweiz existieren im Moment noch keine etablierten Auditverfahren. Solange sich kein Standard durchsetzen kann, sind Gütesiegel noch nicht das erhoffte Marketinginstrument (eine Vorrei-terrolle spielt beispielsweise das Landes-zentrum für Datenschutz Schleswig-Hol-stein in Deutschland⁴⁾). Die Kosten zur Erlangen solcher Siegel sind für KMU hoch, die Bekanntheit der Gütesiegel im Publikum ist jedoch eher klein. Zudem verzichten grosse Unternehmungen – die es sich finanziell leisten könnten – auf ein Gütesiegel, weil sie das Vertrauen ihrer Online-Kunden bereits gewonnen haben.

Die anstehende Revision des Daten-schutzgesetzes sieht die Förderung der Selbstregulierung durch Zertifizierung vor. Um den Datenschutz und die Daten-sicherheit zu verbessern, können die Her-steller von Datenbearbeitungssystemen oder -programmen, aber auch private Personen oder Bundesbehörden, die Per-sonendaten bearbeiten, ihre Systeme, Verfahren und ihre Organisation einer Bewertung durch anerkannte unabhän-gige Zertifizierungsstellen unterziehen.

Der Bundesrat erlässt Vorschriften über die Anerkennung von Zertifizierungsverfahren und die Einführung eines Datenschutz-Qualitätszeichens. Er berücksichtigt dabei das internationale Recht und die international anerkannten technischen Normen (Art. 11 Abs. 1 und 2 DSG-Revision).

Die Neulancierung der Idee stellt insbesondere für den E-Commerce eine grosse Chance dar. Wird diese Gesetzesbestimmung nicht noch vom Parlament gestrichen, und gelingt es danach dem Bundesrat, griffige Vorschriften über die Anerkennung von Zertifizierungsverfahren und die Einführung eines Datenschutz-Qualitätszeichens unter Berücksichtigung der international anerkannten Normen zu erlassen, so wird sich in Zukunft ein Standard mit Publikumswirkung bilden.

Das Gesetz sieht auch direkte Vorteile für zertifizierte Unternehmen vor. Diese würden nach Artikel 11a DSG-Revision für Datensammlungen von der allgemeinen Meldepflicht entbunden.

Internationale Bemühungen

Es bestehen auch internationale Bemühungen, die Bearbeitung von Personendaten im elektronischen Geschäftsverkehr transparenter zu gestalten. Resolutionen, Übereinkommen und Richtlinien von internationalen Organisationen tragen zur Harmonisierung der nationalen Datenschutzvorschriften bei⁵⁾. Auch die EU versucht in mehreren Richtlinien⁶⁾, eine Vereinheitlichung der Datenschutzgesetzgebung in den Mitgliedsstaaten zu erreichen.

Einen guten Überblick bietet die Datenschutzseite der EU, die unter der Adresse http://europa.eu.int/comm/internal_market/privacy/index_de.htm eingesehen werden kann.

Datenschutzerklärungsgenerator der OECD

Die OECD stellt interessierten Website-Betreibern einen Datenschutzerklärungsgenerator⁹⁾ zur Verfügung: In einem passwortgeschützten Bereich kann ein 11 Seiten umfassendes Formular in englischer Sprache ausgefüllt werden, in welchem alle Aspekte der datenschutzrechtlichen Bearbeitung von Personendaten befragt werden. Die generierten «privacy policies» können heruntergeladen werden.

Die OECD sieht den Datenschutzgenerator jedoch in erster Linie als Lerntool. Er soll dem Nutzer hilfreichen Input bei der Erstellung von Datenbearbeitungsvereinbarungen liefern bzw. aufzeigen, welche

Aspekte es bei der Datenbearbeitung zu beachten gilt. Die OECD übernimmt denn auch nicht die Gewähr, dass eine auf den Generator abgestützte Erklärung den nationalen Datenschutzbestimmungen und den OECD Privacy Guidelines entspricht.

P3P

Im Mai 2002 hat das World Wide Web Consortium (W3C) die Platform for Privacy Preferences (P3P) 1.0⁸⁾ als Recommendation (Empfehlung) im Bereich Datenschutz veröffentlicht. P3P soll den Schutz der Privatsphäre und die Sicherheit im Web verbessern. Bei P3P handelt es sich um ein automatisiertes Protokoll, das dem Internetbenutzer erlaubt, die von Internetseiten-Betreibern verarbeiteten personenbezogenen Daten besser zu kontrollieren.

Im Kern ist P3P eine standardisierte Liste von Multiple-Choice-Fragen, welche alle relevanten Aspekte einer Datenschutzerklärung im Web abdecken soll. Die Antworten ergeben zusammen eine computerlesbare Fassung der Datenschutz-Grundsätze einer Website. Für den Nutzer soll ersichtlich sein, welche Daten von einer Website zu welchem Zweck genutzt werden.

P3P-fähige Browser (z.B. Internet Explorer 6.0, Mozilla, privacy bird von AT&T) können die herausgefilterten Informationen interpretieren und automatisch mit den Präferenzen des Nutzers vergleichen. Die Kontrollmöglichkeiten des Nutzers werden verbessert, weil P3P die Datenschutzerklärung auffindbar und für den Nutzer verständlich macht.

Gemäss dem Dashboard⁹⁾ von Ernst & Young vom Oktober 2002 haben 18% der

500 meist besuchten Websites und 28% der Top-100-Websites (gemessen nach amerikanischen Nutzern) P3P implementiert. Zahlen aus Europa liegen nicht vor.

Eine Vorreiterrolle für P3P in Deutschland nimmt das Unabhängige Landeszentrum für Datenschutz von Schleswig-Holstein ein. Die Projektseite des Landeszentrums¹⁰⁾ enthält ausführliche Informationen zu P3P sowie Tipps und Tools für Internetnutzer und erklärt, wie Webanbieter eine P3P-Datenschutzerklärung implementieren können. Zudem unterhält sie eine umfassende Linkliste zu P3P.

Schlussfolgerung

Das Problem des fehlenden Vertrauens der Kundschaft in den E-Commerce ist erkannt. Datenschützer auf der ganzen Welt arbeiten an der Sensibilisierung von Website-Betreibern. Die Betreiber in der Schweiz sollten die ihnen zur Verfügung stehenden Möglichkeiten nutzen. Zentral ist eine transparente Datenbearbeitungspolitik, die Information und Aufklärung des Kunden, welche Personendaten zu welchem Zweck gesammelt werden, und die Gewährleistung der Datensicherheit. Mit dem Einhalten der gesetzlichen Datenbearbeitungsgrundsätze, dem Einsatz von angemessenen technischen und organisatorischen Massnahmen zum Schutz von Personendaten und der Publikation und Befolgung einer detaillierten Datenbearbeitungserklärung ist ein grosser Schritt zur Vertrauengewinnung gemacht.

Protection des données et commerce électronique

En naviguant sur Internet, on laisse des traces. Les serveurs Web enregistrent dans des Log-Files des indications sur l'adresse de l'ordinateur (IP), la date, l'heure, les actions effectuées etc. Et les «cookies» placés sur l'ordinateur de l'utilisateur génèrent d'utiles informations. Ces données sont souvent utilisées à des fins de statistiques. À elles seules, elles ne permettent pas encore de conclure à l'identité de l'utilisateur et ne posent donc guère de problème au niveau de la protection des données. Mais dès qu'un fournisseur de services reçoit des données personnelles sur l'utilisateur – par exemple par les indications fournies dans les cases de commande ou d'inscription – des renvois sont possibles, à l'aide desquels on peut établir des profils complets de personnalité. Les données étant disponibles sous forme électronique, les raccourcis et évaluations par systèmes de traitement des données sont facilement réalisables.

Referenzen

- [1] A. Schweizer: Data Mining – Data Warehousing. Orell Füssli Verlag, 1999. ISBN 3-280-02540-0
- [2] FHBB/IAB, Weblaw GmbH: Rechtliche Implikationen der Personalisierung. Broschüre der Fachhochschule beider Basel und der Weblaw GmbH, 2003, Bestellung: <http://www.weblaw.ch/broschueren/bestellung.asp>

Weiterführende Literatur

- [3] Perspektive Datenschutz, Praxis und Entwicklungen in Recht und Technik, Hrsg: Bruno Baeriswyl, Beat Rudin, Zürich 2002. ISBN 3-7255-4329-1
- [4] Informatikrecht in der Praxis, Recht und Praxis rund um den Einsatz von Informatik- und Kommunikationsmitteln, regelmässig aufdatierte Loseblatt-Ausgabe, Hrsg: Weblaw GmbH, 2001.

- [5] R. H. Weber: E-Commerce und Recht, Rechtliche Rahmenbedingungen elektronischer Geschäftsformen, Zürich 2001. ISBN 3-7255-4171-X

Angaben zum Autor

Lic. iur. **Mathias Kummer** ist seit 2001 Geschäftsführer der Weblaw GmbH in Bern. Er unterrichtet an mehreren Informatikschulen im Bereich Internetrecht. Herr Kummer ist Initiant und Dozent des Abendseminars *Informatikrecht für die Praxis* und Autor der gleichnamigen, vierteljährlich aktualisierten Loseblattsammlung für Praktiker. Zudem ist er Mitautor der Broschüre *Rechtliche Implikationen der Personalisierung* (2003).
Weblaw GmbH, 3008 Bern,
mathias.kummer@weblaw.ch

¹ Bundesgesetz über den Datenschutz (DSG) vom 19. Juni 1992, SR 235.1.

² www.edsb.ch

³ Umsetzungshilfe und Konkretisierungsvorschläge des Eidgenössischen Datenschutzbeauftragten http://www.edsb.ch/d/themen/e-commerce/ecom_d.pdf

⁴ <http://www.datenschutzzentrum.de>

⁵ Beispielsweise das Übereinkommen Nr. 108 des Europarats zum Schutz des Menschen bei der automatischen Verarbeitung personenbezogener Daten oder die OECD-Leitlinien für den Schutz des Persönlichkeitsbereiches und den grenzüberschreitenden Verkehr personenbezogener Daten.

⁶ Insbesondere die Allgemeine Datenschutzrichtlinie (Richtlinie 95/46) und die Datenschutzrichtlinie für elektronische Kommunikation (Richtlinie 2002/58/EC).

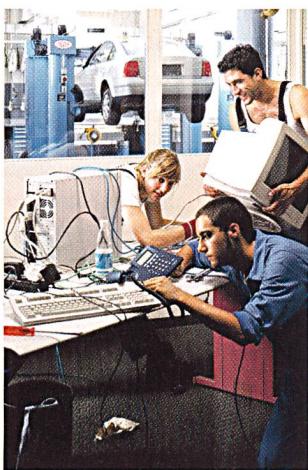
⁷ <http://cs3-hq.oecd.org/scripts/pwv3/pwhome.htm>

⁸ P3P: Platform for Privacy Preferences Project. <http://www.w3.org/P3P/>

⁹ http://www.ey.com/global/download.nsf/US/P3P_DashboardOctober2002.pdf

¹⁰ <http://www.datenschutzzentrum.de/projekte/p3p/index.htm>

Immer mehr kleine und mittlere Unternehmen verlassen sich auf die kompetente Beratung von Swisscom Fixnet.



Gut, wenn man weiss, dass es ganz in der Nähe einen Fachmann gibt.

Eine seriöse und fundierte Beratung beginnt vor dem Kauf eines Produkts und hört mit dessen Installation noch lange nicht auf. Deshalb verlassen sich immer mehr KMU auf die regionalen Beratungsstellen von Swisscom Fixnet.

Regionale Beratungsstellen und 3857 Fachhändler.

Von St. Gallen bis Genf, von Basel bis Lugano, im Appenzellerland, im Entlebuch, im Engadin, im Maggiatal, im Pruntruterzipfel, im Vallée de Joux – flächendeckend in der Schweiz arbeitet Swisscom Fixnet mit einem Partner-Netz von 3857 Fachhändlern zusammen.

Das bedeutet, dass jeder KMU ganz in seiner Nähe eine Fachperson findet, die sich um seine Kommunikationsanliegen kümmert.

Darüber hinaus garantiert ein Netz eigener Aussendienstler,

dass eine umfassende Beratung mit einem persönlichen Besuch oder per Telefon über das gesamte Portfolio der Telefonie gewährleistet ist.

Dabei garantieren wir in der ganzen Schweiz eine umfassende und persönliche Beratung, fachkundige Installation und einen Service, auf den man sich auch nach dem Kauf verlassen kann.

Alles aus einer Hand.

Nebst Beratung und Service bietet Swisscom Fixnet allen kleinen und mittleren Unternehmen ein vollständiges Sortiment an Festnetz-, Mobile-, Internet- und Dataprodukten. Dazu gehören die neusten Telefonapparate, Faxgeräte und Telefonzentralen. Aber auch der Zugriff auf das flächendeckende Netz von Swisscom Mobile. Zudem sorgt Swisscom Fixnet für einen sicheren Inter-

netzugang via Bluewin. Zum Beispiel mit dem neuen Gateway ADSL. Für alle, die Daten noch schneller senden und empfangen wollen. Und für alle, die Internet, Telefon und Fax gleichzeitig nutzen.

Mehr Zeit für die Kunden.

Mit den Dienstleistungen von Swisscom Fixnet müssen sich kleine und mittlere Unternehmen praktisch nicht mehr um ihre Telekommunikation kümmern. Sie sparen nicht nur Kosten, sondern auch viel Zeit. Zeit, die sie für ihre Kundenkontakte nutzen können.

Rufen Sie uns einfach an:

Zürich 01 294 88 27

Tessin/Luzern 041 207 71 70

St. Gallen 071 499 20 30

Olten 062 286 44 80

Lausanne 021 344 24 40

www.swisscom-fixnet.ch/kmu

SIEMENS

Fire Safety



Die Alternative zu unseren Brandmeldesystemen.

Für den zuverlässigeren Schutz von Infrastruktur, Produktionsabläufen und Arbeitsplätzen empfehlen wir Ihnen unsere täuschungssicheren Rauch-, Flammen-, Gas-, Luftproben- sowie Multikriterienmelder. Und zwar angeschlossen an eine unserer intelligenten Zentralen, die im Ernstfall nichts anbrennen lässt und sofort die nötigen Massnahmen einleitet. Mehr über umfassenden Brandschutz von Fire Safety von Siemens Building Technologies erfahren Sie zu den Bürozeiten unter Telefon 01 947 34 00 oder am laufenden Band auf www.sbt.siemens.com



Für die Frau im KMU-Betrieb!

BESTELLUNG

Ex. Art.-Nr. 8800 Entschädigung und Vorsorge für die Partnerin à 25 Franken excl. MWST/Versand

Ex. Art.-Nr. 8780 Nachfolgeregelung im Familienunternehmen à 25 Franken excl. MWST/Versand

Firma _____

Name/Vorname _____

Strasse _____

PLZ/Ort _____

Telefon _____

EINSENDEN ODER FAXEN AN:
KMU-Shop, Postfach, 8044 Zürich
Tel. 01/267 81 40
Fax 01/267 81 50
E-mail: kmu-shop@vssm.ch
www.kmu-shop.ch

Finis les chemins à grille, les chemins de câbles et les conduites montantes!
Il existe maintenant les Multi-chemins LANZ: un chemin pour tous les câbles

- Les Multi-chemins LANZ simplifient la planification, le métré et le décompte!
- Ils diminuent les frais d'agencement, d'entreposage et de montage!
- Ils assurent de meilleurs profits aux clients: excellente aération des câbles
- Modification d'affectation en tout temps. Avantageux. Conformes aux normes CE et SN SEV 1000/3.



Pour des conseils, des offres et des livraisons à prix avantageux, adressez-vous au grossiste en matériel électrique ou directement à



lanz oensingen sa e-mail: info@lanz-oens.com
CH-4702 Oensingen • Tél. 062/388 21 21 • Fax 062/388 24 24