



# Internet

Seite 04 **Direct Net** Happy Birthday! | Seite 08 **Sicherheit** Von Räubern und Phishern | Seite 10 **Kobik** Im Internet auf Streife | Seite 12 **Fund Lab** Per Mausklick zum Anlageprofi | Seite 14 **Accessibility** Weg mit den Barrieren | Seite 15 **Jobsuche** You've got mail | Seite 17 **Business** Das Internet boomt | Seite 18 **Cyberspace** Das Leben im Netz

# bulletin

plus

# Wie sicher bewegen sich Ihre Kinder in der Online-Welt?

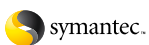


Security4kids hilft auf interaktive und spannende Weise Eltern, Kindern und Lehrpersonen, den Gefahren des Internets richtig zu begegnen und sich in der Online-Welt sicher und verantwortungsvoll zu verhalten. Für Schulen und Lehrpersonen bieten die Partner der Initiative zudem spezielle Schulungs- und Informations-Angebote an.

**security4kids**



Besuchen Sie gemeinsam mit Ihrer Familie oder Ihrer Schulklasse [www.security4kids.ch](http://www.security4kids.ch) und erfahren Sie mehr.



Partners of the Swiss Confederation and the Swiss Confederation  
Partners of the Swiss Confederation and the Swiss Confederation  
Partners of the Swiss Confederation and the Swiss Confederation



EDK Schweizerische Eidgenossenschaft der kantonalen Erziehungsdepartementen  
CDE Confédération suisse des directions cantonales de l'éducation publique  
CDE Confédération suisse des directions cantonales de l'éducation publique  
CDE Confédération suisse des directions cantonales de l'éducation publique

Editorial **Hanspeter Kurzmeyer**  
Leiter Privatkunden Schweiz



### Als das Internet laufen lernte

Wie lange ist es her, dass die meisten Leute mit dem gelben Büchlein zur Post gingen, um ihre Einzahlungen zu tätigen? Dass die Kommunikation hauptsächlich via Telefon, Brief oder Fax erfolgte, und es oft Tage dauerte, bis man eine Antwort erhielt? Dass man Ferien ausschliesslich übers Reisebüro buchte, Telefonnummern und Adressen via Telefonbuch herausuchte und Preisvergleiche mittels zahlreicher Ladenbesuche gemacht wurden? Die Antwort mag überraschen, denn was wie graue Vorzeit klingt, liegt gerade mal etwas mehr als zehn Jahre zurück.

Der Einstieg ins Internetabenteuer begann bei der Credit Suisse Mitte der Neunzigerjahre. Internet war das Thema der Stunde, dem man jedoch skeptisch gegenüber stand. Als erste Schweizer Bank wagte die Credit Suisse schliesslich 1995 den Schritt und überraschte mit einem Internetauftritt. Knapp zwei Jahre später, 1997, lancierte die Credit Suisse mit dem Direct Net die erste Online-Banking-Anwendung der Schweiz. Dies war der Startschuss zu einem gewaltigen Wettrennen der Schweizer Grossbanken. Es folgte eine Zeit der starken Technologieentwicklung. Das Internet boomte. Zu Beginn des neuen Jahrtausends kam es zu einem Einbruch, der nicht lange andauerte. Die Tendenz zeigte schnell wieder nach oben. Inzwischen hat sich das Internet als eine umfassende Informations- und Kommunikationsplattform etabliert. Übers Netz kann der User rund um die Uhr und sekundenschnell die gewünschten Informationen abfragen, seine Banktransaktionen erledigen oder einen Flug buchen. Kurz: Ein Leben ohne Internet wäre heute kaum mehr denkbar.

Da die neue Technologie sehr schnelllebig ist, steigen die Anforderungen. Als innovative Bank muss sich auch die Credit Suisse stets weiterentwickeln, um sich an der Spitze zu behaupten. Online-Banking ist mittlerweile ein wichtiger Kanal bei der umfassenden Beratung, der den Kundenbedürfnissen laufend angepasst wird. So auch anlässlich des zehnjährigen Bestehens von Direct Net. Neu erscheint das Direct Net in einem noch benutzerfreundlicheren Look & Feel, ergänzt durch aktuelle Research-Informationen zu Börsen und Märkten. In dieser Bulletin-Spezialausgabe erfahren Sie mehr zu diesen Neuerungen, aber auch allerlei Nützliches zum Thema Internet: von Sicherheit über Jobsuche und Geldanlage bis hin zu virtuellen Parallelwelten. Wir wünschen Ihnen eine interessante und spannende Lektüre.



# Happy Birthday Direct Net

Direct Net, das Online-Banking-Angebot der Credit Suisse, wird zehn Jahre alt und überrascht mit einem neuen Look & Feel: einer schlanken Struktur, erweiterten Diensten und einem neuen Erscheinungsbild. Wir gratulieren.

«Willkommen in New York.» Die Dame an der Hotel-Rezeption hat Ebler soeben eingecheckt. Draussen ist es längst dunkel. Ebler blickt auf die Uhr. Kurz vor Mitternacht. Acht Stunden noch bis zu seinem wichtigen Meeting.

Es geht um grosse Investitionen. Ebler kontrolliert im Direct Net noch einmal kurz die Vermögensverhältnisse seiner Firma: Wie viele Mittel sind frei verfügbar und wie ist die Firma mittel- und langfristig gebunden? Zum Schluss ein letzter Blick ins SecureMail, die verschlüsselte Nachrichtenbox seiner Bank: «Guten Tag, Herr Ebler. Die Credit Suisse lanciert einen neuen Immobilienfonds – den Living Plus. Das Produkt passt optimal in Ihre persönliche Anlagestrategie und dürfte Sie auch als Firmenkunde interessieren. Wichtige Zahlen und Fakten finden Sie im Direct Net unter Marktdaten & Analysen. Freundlicher Gruss, S. Huber.» Ebler will sich nicht sofort entscheiden und entschliesst, den Living Plus vorerst zu beobachten. «Guten Abend, Herr Huber. Interessantes Angebot. Werde den Immobilienfonds ins virtuelle Portfolio aufnehmen. Melde mich, wenn ich entschieden habe. Gruss – U. Ebler.»

Ein fiktives Beispiel aus dem Direct-Net-Alltag? Teils ja, teils nein. Michel Gaillard leitet das Online-Banking der Credit Suisse seit mehr als einem Jahr. Viele Projekte hat er zu Ende geführt und neue Dienstleistungen auf den Markt gebracht. Im Gespräch erfahren wir, was mit Direct Net alles möglich ist und in welche Richtung der Trend geht. Aber der Reihe nach.

Der erste Schritt in Richtung Online-Banking erfolgte 1995. Damals überraschte die Credit Suisse als erste Schweizer Bank mit einem Internetauftritt. Zwei Jahre später – also genau vor zehn Jahren – konnten die Bankkunden ihre Rechnungen bereits online begleiten respektive Wertschriften kaufen: auch das eine Pionierleistung. Die renommierte Consulting-Firma Lafferty Group kürte die Website gar zum «besten Internetangebot aller europäischen Banken». Es wurden neue Produkte lanciert und andere Dienstleistungen wiederum aus dem Angebot entfernt. Mit Fund Lab beispielsweise bot die Bank dem Kunden Transparenz im Fondsuniversum. Die Credit Suisse publizierte nicht nur ihre eigenen Anlagemöglichkeiten, sondern auch die besten Anlagefonds von Drittanbietern: als würde man Coop-Produkte in der Migros kaufen. Diese offene Architektur galt damals als sehr innovativ. Heute kann der Kunde aus rund 2500 Anlagefonds von über 60 Fondsgesellschaften auswählen.

## Eine Plattform für alle Bedürfnisse

Youtrade war eine Revolution: der erste Online-Discount-Handel in der Schweiz, 1999 lanciert und 2003 bereits wieder abgeschafft. «Youtrade wurde auf einer anderen Plattform entwickelt als der Wertschriftenhandel im Direct Net», begründet Gaillard den damaligen Entscheid. «Das Betreiben von verschiedenen Internetplattformen war nicht mehr unsere Strategie. Wir wollten, dass sich der Kunde in einem einzigen Umfeld bewegt, ohne sich mehrmals – und mit verschiedenen

Passwörtern – ins System einzuwählen.» Youtrade wurde also vom Markt genommen und viele seiner Funktionen wurden ins Direct Net integriert.

Die Strategie ist heute noch die gleiche: eine Plattform für alle Anwendungen. Dank dieser konsequenten Haltung kann die Credit Suisse schnell reagieren und gleichzeitig die Entwicklungskosten senken. Wie lässt sich die heutige Struktur erklären? Online-Banking ist in zwei Zonen unterteilt: eine Customer-Zone und eine Public-Zone. Jede Zone hat eine Reihe verschiedener Anwendungen, die sich nach den Bedürfnissen der Kunden richten. Customers können beispielsweise auf die Arbeit einer professionellen Research-Abteilung zurückgreifen oder auf Börsenkurse in Echtzeit. Public-Benutzer haben dazu nur bedingt Berechtigung.

Die Anwendungen in der Customer-Zone integriert die Credit Suisse nun Schritt für Schritt ins Direct Net, so dass jeder Customer den gleichen zentralen Zugang zu allen Informationen und Dienstleistungen erhält.

Die Breite an verschiedenen Dienstleistungen und Funktionen verlangt nach einem übersichtlichen Aufbau und einer einfachen Menüführung. Wie sonst soll man sich im Informationsdschungel zurechtfinden? «Das Direct Net ist heute besser auf die unterschiedlichen Kundensegmente zugeschnitten. Zudem ist es übersichtlicher und auch intuitiv bedienbar», beschreibt Gaillard den neuen Look & Feel. Denn Firmenkunden hätten andere Ansprüche als beispielsweise Privatkunden.

## Eine halbe Million Direct-Net-Kunden

Im März dieses Jahres hat die Credit Suisse den 500 000sten Direct-Net-Kunden gezählt. Im Jahr 2006 haben die Direct-Net-Kunden nicht weniger als 43 Millionen Geldübertragungen ausgelöst. Zwei Drittel der Privatkunden nutzen Online-Banking wöchentlich oder monatlich. Rund zwei Drittel aller Firmenkunden sogar täglich.

**CREDIT SUISSE DIRECT NET**

Hilfe Hotline Mein Profil Verträge Abmelden

KONTO & VERMÖGEN ZAHLUNGEN WERTSCHRIFTENHANDEL MARKTDATEN & RESEARCH MESSAGE BOX

Meine Links

Konto

Kontoliste

Buchungen

Buchungen suchen

Saldoverschau

Übersicht

Kontostammdaten

Geldmarkt

Depot

Virtuelles Portfolio

Vermögen

File Download

### Kontoliste

PDF Export

Kontoliste

Actualisiert Datum 31.02.2022, 10:15 CET

Kontoliste gruppieren nach: Inhaber

Konto	Bank	Bezeichnung	Inhaber	Währ.	Saldo
39999999-20	CREDIT SUISSE	Privatkonto	Felix Muster	CHF	2'335.35
39999999-30-1	CREDIT SUISSE	Sparkonto	Felix Muster	CHF	12'300.15
39999999-21	CREDIT SUISSE	Kontokorrent	Felix Muster	CHF	13'135.35

Saldototal pro Währung

Währung	Total
CHF	27'770.85

PDF Export

Hilfe Hotline Feedback Barrierefreiheit Sitemap

Das neu gestaltete Direct Net besticht durch seine klare Struktur. Mit wenigen Klicks überblickt man seine Vermögenssituation, verschickt Zahlungsaufträge, kauft Wertschriften, ruft Marktdaten ab oder empfängt E-Dokumente.

**CREDIT SUISSE DIRECT NET**

Hilfe Hotline Mein Profil Verträge Abmelden

KONTO & VERMÖGEN ZAHLUNGEN WERTSCHRIFTENHANDEL MARKTDATEN & RESEARCH MESSAGE BOX

Meine Links

Marktdaten

Übersicht

Titelsuche

Titelsuche

Aktien

Fonds

Indizes

Noten / Devisen

Zinsen

Edelmetalle

News

Watchlist

Virtuelles Portfolio

### Übersicht

Titelsuche

Suchbegriff: 234567

Suchtyp: Valoren Nummer

Kursabfrage Erweiterte Suche

#### Indizes

Name	Last	Change
SMI UNADJ. FOR DIV.	8'299.00	0.15%
DAX IND	5'281.37	0.50%
FTSE 100 INDEX	5'240.10	0.59%
DJ EURO STOXX50	3'688.55	-0.21%
DJ. INDUSTRIAL INDEX	8'333.79	-0.07%

Weiter

#### SMI Tagesgewinner

Name	Last	Change
ADECO N	1'372.00	3.00%
NOVARTIS N	2'525.00	2.19%
CIBA SPECIAL N	10'2.25	0.25%
SWATCH GROUP I	2'097.00	-0.14%

Weiter

#### Quotes

Zeitlich unbegrenzter Zugang zu Marktdaten.

#### News

31.02.2022, 11:47 CET  
Franken-Obligationen - Warten auf Fed und SNB  
Weiter

31.02.2022, 11:47 CET  
ZKB sieht für Kuoni 10% Prozent mehr Betriebsgewinn  
Weiter

31.02.2022, 11:39 CET  
Auf einen Blick - Schweizer Konjunkturdaten  
Weiter

#### Research

Technische Grafik, Ausblick (Aktien, Asien-Pazifik)  
Weiter

Paket Internationaler Grafiken  
Weiter

MOTOROLA  
Weiter

#### SMI UNADJ. FOR DIV.

Last: 8'299 (30.02., 11:00)

Change: 12.00 (0.15%)

Open: 8'287 (30.02., 09:00)

Close: 8'288 (29.02.2022)

Grafik vom 30.02.2022, 11:00 CET

#### Devisenkurs

Währ.-Paar	Ankauf	Verkauf
CHF - USD	1.4510	1.5010
EUR	1.4400	1.5300
GBP	1.2220	1.3620
JPY	1.1615	1.2665

Weiter

Aktualisieren

Hilfe Hotline Feedback Barrierefreiheit Sitemap

Der Bereich «Marktdaten & Research» verschafft einen umfassenden Überblick über das aktuelle Marktgeschehen. Zudem liefern exklusive Studien aus dem Credit Suisse Research wertvolle Hintergrundinformationen für die persönliche Finanzanlage.

Mit der Anzahl Nutzer wachsen aber auch die Erwartungen ans Produkt. Um dem Ruf einer umfassenden Transaktionsplattform gerecht zu werden, braucht es ein Mehr an Dienstleistungen. Zum Beispiel alle Vermögensverhältnisse auf einen Blick, mit Details und Grafiken zu sämtlichen Konten und Wertpapieren – jederzeit, tagesaktuell und weltweit verfügbar. Oder handelsorientierte Empfehlungen und umfassende Analysen über Märkte und Produkte, übersichtlich zusammengefasst. Denn nicht jeder ist ein versierter Börsenmakler. Und längst nicht jeder Sachverständige ein Analyst.

#### **Virtuelles Portfolio und E-Dokumente**

All diesen Anforderungen trage die Credit Suisse Rechnung – und sei bereits ein paar Schritte weiter. Mit «weiter» meint Gaillard zum Beispiel das virtuelle Portfolio, ein fiktives Depot, um seine favorisierten Titel im Börsenumfeld zu überwachen. Auf Wunsch werden die aktuellen Börsenkurse auch per SMS oder E-Mail übermittelt. Eine weitere Zusatzfunktion ist das elektronische Zustellen der Bankbelege (zum Beispiel Kontoauszüge, Wertschriftenbelege, Gutschriftenanzeigen) ins Direct Net – so genannte E-Dokumente. Digital signierte Dokumente sind rechtsgültig und können gespeichert und weitergeleitet werden. «Mit E-Dokumenten lässt sich Zeit und Geld sparen. Darüber hinaus leisten wir einen aktiven Beitrag zum Umweltschutz.»

Gaillard kennt die Bedürfnisse der Kunden. Sein Team beobachtet das Verhalten der Online-Benutzer seit Beginn. Hinter jeder neuen Anwendung stehen denn auch unzählige Tests und entsprechende Auswertungen – so genannte «Voice of Customer»-Tests. Heute ist das Online-Banking noch mehrheitlich eine Handels- und Zahlungsplattform. Die Beratung wird aber immer wichtiger.

Wer also befürchtet, das beratende Gespräch bleibt bei so viel Mensch-Computer-Interaktion vergessen oder geht gar verloren, liegt falsch. Im Gegenteil: Direct Net ist kein geeignetes Instrument

#### **E-Dokumente**

Dokumente elektronisch abrufen und bearbeiten.

Die neue und praktische Dienstleistung der Credit Suisse für Direct-Net-Kunden: Bankbelege zu Konten, Zahlungsverkehr und Wertschriften direkt online abrufen, einsehen und bearbeiten.

#### **Die wichtigsten Vorteile auf einen Blick:**

- E-Dokumente lassen sich einfach suchen, abspeichern, kopieren und weiterleiten.
- Schnelle Verfügbarkeit der Dokumente, da der Postweg entfällt.
- Weniger Papier und somit umweltfreundlich.
- E-Dokumente sind digital signiert und rechtsgültig.
- Kostenlose Dienstleistung.
- Jederzeit und schnell abrufbar.
- E-Dokumente bleiben 24 Monate elektronisch verfügbar, sofern Sie sie nicht vorgängig löschen.

Weitere Informationen unter:  
[www.credit-suisse.com/edokumente](http://www.credit-suisse.com/edokumente)

#### **E-Rechnungen**

Rechnungen elektronisch versenden und empfangen.

E-Rechnungen werden vom Rechnungssteller über ein elektronisches Rechnungssystem – PayNet-Netzwerk – ins Direct Net gestellt. Sie ersetzen die konventionellen Papierrechnungen.

#### **Die wichtigsten Vorteile auf einen Blick:**

- Sie können im Direct Net Ihre Rechnungen prüfen, bearbeiten und zur Zahlung freigeben.
- Das Abtippen der Einzahlungsscheindetails entfällt; Sie sparen Zeit und vermeiden Fehler.
- Sie greifen ortsunabhängig auf Ihre elektronischen Rechnungen zu und geben diese zur Zahlung frei.
- Sie bestimmen, von welchen Rechnungsstellern Sie die Rechnungen elektronisch erhalten möchten.

Weitere Informationen unter:  
[www.e-rechnung.ch](http://www.e-rechnung.ch)

für reine Intraday-Trader, für Börsianer, die Handelsgeschäfte innerhalb eines Tages durchführen und Tagesschwankungen ausnutzen. Die Zielgruppe von Direct Net sind klar Anleger, die mittel- bis langfristig handeln. Wo der Gedankenaustausch im Zentrum steht. «Die Credit Suisse will sich mit einer umfassenden Beratung differenzieren. Deshalb arbeiten wir daran, Direct Net mit einer Beratungskomponente zu erweitern. Nicht als Ersatz zum persönlichen Gespräch, sondern als Ergänzung.» Das setzt voraus, dass zwischen Berater und Kunde ein enger Austausch stattfindet.

#### Beratung wird präziser

Ebler kennt die Vorteile und nutzt sie auch. Nur ist er mit seinem Tun der Gegenwart um ein gutes Jahr voraus. Im Direct Net hat er bereits sein Profil umschrieben: seine Risikobereitschaft, seine finanziellen Verpflichtungen und seine Anlageziele. Anschliessend hat er mit seinem Kundenberater eine Anlagestrategie erarbeitet. Huber weiss jetzt, was Ebler will, und kann ihn jederzeit – via Direct Net – über Neuigkeiten in Kenntnis setzen. Online-Banking wird also immer mehr zu einem bedeutenden Ergänzungskanal für sämtliche Bankgeschäfte. Letztendlich profitiert jeder Kunde von einem umfassenden Wissen und von individuellen, an seiner Anlagestrategie ausgerichteten Empfehlungen. Gaillard spricht in diesem Zusammenhang von einer «integrierten Beratungs- und Interaktionsplattform».

Ebler ist längst aus New York zurück. Hinter ihm liegt ein hektischer Bürotag. Bevor Ebler den Arbeitsplatz verlässt, schreibt er via SecureMail noch kurz eine Nachricht an seinen Berater: «Guten Abend, Herr Huber. Ich habe 10 000 Schweizer Franken in den Living Plus investiert. Super Performance. Danke für den Tipp. Gruss U. Ebler».

fva



Michel Gaillard  
Leiter Online-Banking bei der Credit Suisse  
«Das neue Direct Net ist viel übersichtlicher geworden.»

## «Für jedes Kundensegment die passende Lösung»

Elektronische Rechnungen, Research-Berichte, detaillierte Performance-Analyse, virtuelle Portfolios: Das Direct Net hat aufgerüstet. Michel Gaillard erklärt, was die Kunden erwartet.

**Bulletin: Herr Gaillard, mit dem neuen Look & Feel hat die Credit Suisse vieles verbessert und neues geschaffen.**

**Auf was sind Sie besonders stolz?**

Michel Gaillard: Beim neuen Direct Net haben wir die gesamte Anwendung nach den internationalen Normen zur Erstellung von so genannten barrierefreien Websites entwickelt. Dank einer speziellen Software können nun auch Blinde oder Menschen mit einer Sehbehinderung das Direct Net nutzen. Für diese barrierefreie Webseite haben wir als erste Bank in der Schweiz das Label AA (Zertifizierung für Barrierefreiheit) bekommen. Zudem haben wir die Menüführung an die Bedürfnisse unserer Kunden angepasst. Dadurch präsentiert sich das neue Direct Net übersichtlicher und ist für den Benutzer einfacher bedienbar.

**Erklären Sie uns die Anwendung SecureMail etwas näher.**

Das SecureMail ist ein sicherer Kommunikationskanal zwischen Private-Banking-Kunden und ihren Ansprechpart-

nern bei der Bank. Ein normaler E-Mail-Verkehr ist nicht verschlüsselt und kann von jedem Provider oder Hacker gelesen werden. Das SecureMail hingegen benutzt die gleichen Sicherheitsmerkmale wie das übrige Online-Banking. Niemand ausser dem Sender und dem Empfänger kann die Nachricht lesen. Wir planen, das SecureMail künftig auch für weitere Kundensegmente zugänglich zu machen.

**Welche Dienstleistungen bietet das Direct Net dem Kunden?**

Das Direct Net bietet sowohl für Privatkunden wie auch für Firmen- oder institutionelle Kunden eine breite Palette an Funktionen. Neben den gängigen Bereichen wie Konto, Depot, Zahlungen, Wertschriftenhandel oder Börse gibt es elektronische Rechnungen, elektronische Bankbelege, detaillierte Performance-Analysen, Research Berichte, virtuelle Portfolios, usw. Grundsätzlich gilt: Für jedes Kundensegment die richtige Lösung.

### Was stehen für neue Projekte an?

Wir arbeiten an vielen Fronten. Zurzeit sind wir daran, die für Private-Banking-Kunden spezialisierte Anwendung «Investors' Circle» ins Direct Net zu integrieren. Einen grossen Stellenwert hat auch das Thema Zahlungsverkehr – vor allem für Firmen und Institutionen. Regelmässige Customer Panels mit 25 ausgewählten Firmen sollen helfen, den Zahlungsverkehr und das Portfolio Management zu verbessern. Wir pflegen also engen Kontakt, um das Angebot nach den Wünschen unserer Kunden zu erweitern.

### Seit diesem Mai sind die Details zu Zahlungen ersichtlich. Wann folgt das Anzeigen von Kreditkartendetails?

Es stimmt, dass wir zurzeit unseren Kunden noch keine Kreditkartendetails im Direct Net anzeigen. Wir stehen vor der Herausforderung, die Systeme der Credit Suisse mit denen von Swisscard zu verheiraten. Erste Gespräche haben bereits stattgefunden.

### Wie sicher ist Online-Banking?

Online-Banking ist grundsätzlich sicher. Wir gewähren den Kunden bereits bei der Anmeldung die bestmögliche Sicherheit mittels mehrstufiger Identifikation. Die Daten für die Übertragung sind zudem mit moderner Technik verschlüsselt und können im Internet nicht von Unbefugten eingesehen werden. Jeder Benutzer muss im eigenen Interesse aber auch selbst eine angemessene Vorsicht walten lassen. Unter [www.credit-suisse.com/sicherheit](http://www.credit-suisse.com/sicherheit) geben wir den Kunden Tipps, wie sie ihren PC und ihre Daten umfassend schützen können. fva

## Sicherheit im Online-Banking hat oberste Priorität.

Die Credit Suisse sorgt für die bestmögliche Sicherheit im Online-Banking und tut das ihre, um das Computersystem der Bank und die elektronische Datenübermittlung zu schützen.

Weltweit verbindet das Internet Hunderte Millionen Menschen und täglich kommen neue Computer ans Netz. Die Möglichkeiten der Hacker wachsen. Sie attackieren das Netz immer gezielter und professioneller. Die Finanzinstitute stehen vor andauernd neuen Herausforderungen. Denn wo Geld ist, sind Räuber nicht weit – sei es in Bankfilialen, in Einkaufszentren oder im Internet.

«Wir betreiben einen hohen finanziellen und personellen Aufwand, um ein bestmögliches Sicherheitsniveau zu gewährleisten», betont Johannes Hennekeuser, Leiter Security Technologies bei der Credit Suisse. Unter «bestmöglich» versteht die Credit Suisse eine sichere Datenaufbewahrung, eine codierte Datenübermittlung sowie einen geschützten Kontozugriff. Will ein Kunde mit der Bank kommunizieren, muss er sich dreifach ausweisen: mit einem Benutzernamen, einem Passwort und einer SecurID – einem sechsstelligen Zahlencode, der elektronisch generiert wird und jede Minute wechselt. Das System

identifiziert den Benutzer anhand dieser Merkmale. Bei jeder ersten Transaktion ist zudem die Eingabe einer zweiten SecurID-Nummer erforderlich. Mit diesem mehrstufigen Prozess ist das System vor missbräuchlichen Zahlungstransaktionen aufs Bestmögliche geschützt.

### Von Räuubern, die phishen

Wer im Internet surft, setzt sich und seinen Computer Gefahren aus. Die Folgen im Online-Banking können manipulierte Konten sein. Wer aber sind diese «Räuber» und wie kommen sie ans Geld? Phishing ist eine gängige Variante. Das Wort Phishing setzt sich aus den englischen Wörtern «password» und «fishing» zusammen und heisst bildlich übersetzt «mit Ködern nach Passwörtern fischen». Ein Beispiel: Phisher locken Internetuser per E-Mail auf gefälschte Webseiten und fordern sie auf, Passwörter, PIN-Codes und andere sensible Daten preiszugeben. Die Bereitschaft, geheime Daten auszuhändigen, ist hoch, weil man sich «auf der sicheren Seite» fühlt. Der



Johannes Hennekeuser  
Leiter Security Technologies bei der  
Credit Suisse

«Wir betreiben einen hohen finanziellen und personellen Aufwand, um ein bestmögliches Sicherheitsniveau zu gewährleisten.»



Link führt allerdings nicht auf die Originalseite des jeweiligen Diensteanbieters, sondern auf eine vom Betrüger identisch aufgesetzte Webseite.

Die nationale Koordinationsstelle zur Bekämpfung der Internetkriminalität (Kobik) belegt in ihrer Jahresbilanz, dass in der Wirtschaftskriminalität Phishingangriffe mehr und mehr zunehmen.

#### **Trau, schau, wem**

Die Softwarehersteller versuchen mit immer neuen Webbrowsern, die Endanwender vor Schädlingen zu schützen. Einer dieser Browser ist der Internet Explorer 7 von Microsoft. Er enthält unter anderem erweiterte Funktionen, um Phishingversuche leichter zu erkennen. Beispielsweise wird bei jeder Seite – sei es auch nur ein Pop-up-Fenster – die Webadresse eingeblendet. Versuche, die Originalseite im Hintergrund und die gefälschte Seite im Vordergrund zu laden, werden so minimiert. Die falsche Seite muss allerdings nach wie vor durch den Benutzer erkannt werden.


«Dem Internet – mit gesundem Misstrauen – nicht alles glauben», heisst denn auch eine Sicherheitsregel. Jeder Anwender muss sich bewusst sein, wann und wo er sensible Daten preisgibt. Hennekeuser konkretisiert: «Die Credit Suisse erfragt niemals persönliche Informationen oder vertrauliche Daten per E-Mail oder per Telefon.» Im Grundsatz gilt: Passwörter und Benutzernamen unter keinen Umständen preisgeben. Das grösste Risiko aber ist und bleibt der PC des Kunden. Datensicherung, Virenschutz, Firewall und Software-Updates sind deshalb unabdingbare Massnahmen für jeden Endanwender, da sind sich die Experten einig. Das Bewusstsein für den sicheren Umgang mit elektronischen Informationen ist in der Bevölkerung noch zu wenig stark verankert. Die Credit Suisse zielt mit ihrer Aufklärungskampagne denn auch auf Kinder und Jugendliche. Ein Beispiel ist die Initiative «Security for Kids». Die Website security4kids.ch ist eine Zusammenarbeit zwischen Partnern des Bildungswesens, Microsoft, Symantec, der

Kobik und der Credit Suisse. Die Site richtet sich an Schülerinnen und Schüler sowie an Lehrpersonen und Eltern. Sie bietet praktische Tipps, damit Kinder und Jugendliche lernen, sich zu schützen, wenn sie im Internet unterwegs sind. Letztendlich soll das tägliche Anwenden von Sicherheitsregeln zur Selbstverständlichkeit werden. «Wer frühzeitig lernt, sich akkurat in der virtuellen Welt zu bewegen, muss keine Gefahren fürchten», erklärt Hennekeuser die Strategie. Eines ist sicher: Ein verantwortungsbewusstes Verhalten kommt dem Kunden und der Bank zugute.

fva

→ **Mehr zum Thema Sicherheit:**  
[www.credit-suisse.com/sicherheit](http://www.credit-suisse.com/sicherheit)  
[www.melani.admin.ch](http://www.melani.admin.ch)  
[www.kobik.ch](http://www.kobik.ch)  
[www.security4kids.ch](http://www.security4kids.ch)  
[www.infosurance.ch](http://www.infosurance.ch)  
[www.symantec.com](http://www.symantec.com)  
[www.mcafee.com](http://www.mcafee.com)  
[www.antiphishing.org](http://www.antiphishing.org)

### **Schützen Sie sich vor unberechtigten Zugriffen. Die zehn Regeln des Online-Bankings.**

**1.** Überprüfen Sie mit einem Doppelklick auf , ob das Zertifikat korrekt auf cs.directnet.com lautet. So stellen Sie sicher, dass Sie nicht auf einer Internetseite von Betrügern gelandet sind.

**2.** Passwörter gehören nicht auf den Computer – weder auf die Festplatte noch auf ein Zettelchen am Bildschirm.

**3.** Verwenden Sie kein Passwort, das aus Geburtsdatum, Telefonnummern oder gar Namen besteht. Besser: ein aus Klein- und Grossbuchstaben sowie Zahlen bestehendes Passwort kreieren.

**4.** Schutzsoftware (Virenschutz und Firewall) installieren und regelmässig aktualisieren.

**5.** Gleich zu Beginn der Internetsitzung die Verbindung zum Server der Credit Suisse aufbauen, keine anderen Seiten geöffnet halten.

**6.** Auf keine in E-Mails zugesandten Links klicken, die vorgeben, Sie zu Ihrem Online-Banking führen zu wollen.

**7.** Nie auf Anfragen per Telefon oder E-Mail nach Ihren Zugangsdaten zum Online-Banking antworten. Ihre Bank fragt Sie nie danach.

**8.** Stürzt das Online-Banking während der Internetsitzung ab oder treten ungewöhnliche Fehlermeldungen auf, Verbindung sofort beenden und die Spezialisten der Credit Suisse benachrichtigen (Tel.-Nr. 0844 800 888).

**9.** Verlassen Sie Ihren Computerarbeitsplatz erst, wenn Sie die Online-Banking-Sitzung beendet haben. Direct Net immer mit der dafür vorgesehenen Funktion «Abmelden» schliessen und den Computer nicht einfach herunterfahren.

**10.** Leeren Sie nach Abschluss des Online-Bankings den Zwischenspeicher (Cache) Ihres Internetprogramms (Browser) sowie die gesamte History. Informationen dazu finden Sie unter [www.credit-suisse.com/sicherheit](http://www.credit-suisse.com/sicherheit).

# Kobik sucht und findet.

Seit 1. Januar 2003 ist die nationale Koordinationsstelle zur Bekämpfung der Internetkriminalität (Kobik) online. Die Kobik steht der Öffentlichkeit, Behörden und Internet-Service-Providern als Kompetenzzentrum für rechtliche, technische und kriminalistische Fragen zur Verfügung. Wie kompetent, das zeigt die Praxis.

Bundesamt für Polizei, Abteilung IMC, Sektion OSINT/KOBİK-Monitoring. Der Name liest sich wie eine kryptische Aufzählung. Das Firmengebäude liegt eingebettet in einem Wohnquartier in der Nähe des Berner Wankdorfstadions – eher unauffällig. Wer hinein will, braucht einen Ausweis. Hier – hinter verschlossener Tür – wird versteckt recherchiert.

Im Visier stehen alle strafrechtlichen Tatbestände. Zum Beispiel das Verbreiten von harter Pornografie und Gewaltdarstellungen, Wirtschaftsdelikte, extremistische und rassistische Äusserungen, Urheberrechtsverletzungen oder illegaler Waffenhandel und – seit 1. April 2007 – auch das Versenden von unerwünschten E-Mails (Spam).

## Wirtschaftsdelikte nehmen zu

Im Jahr 2006 hat die Kobik 6300 Hinweise aus der Bevölkerung erhalten. 24,3 Prozent der Inhalte sind harte Pornografie, also auch Kinderpornografie, 23,8 Prozent unangeforderte Mails, 9,6 Prozent Pornografie allgemein, 4,4 Prozent Wirtschaftsdelikte, 2,2 Prozent Betäubungsmittel-/Medikamentenhandel und 2,1 Prozent Rassendiskriminierung. Die übrigen Tatbestände ergeben die restlichen Prozente.

Auffallend ist die stetige Zunahme von Wirtschaftsdelikten, die sich von Jahr zu Jahr verdoppeln. «Wirtschaftskriminalität im Internet» ist ein weit gefasster Begriff. Er umfasst: E-Mail-Phishing, Geldwäscherei, betrügerische Escrow-Dienste (Internet-Treuhanddienste), Missbrauch von Kreditkartendaten, illegaler Datenerwerb und unzählige andere Betrugsformen. Alle stehen für das gleiche Ziel:

Internetnutzer ausspionieren, um sich finanziell zu bereichern.

Neun Angestellte der Koordinationsstelle befassen sich mit dem Aufdecken dieser Verbrechen. Sie verteilen sich auf drei verschiedene Sparten: das Monitoring, das Clearing und die Analyse. Unterstützt werden sie von all jenen, die via Meldeformular Angaben zu verdächtigen Internetinhalten machen.

Rund 23 Prozent der Eingänge sind Spam-Meldungen. Diese werden nicht nur zur Werbung für Massenprodukte eingesetzt, sondern immer mehr für illegale Aktivitäten wie Phishing oder Verbreitung von Kinderpornografie. Für diese Art von Hinweisen gibt es unter kobik.ch neu eine Spam-E-Mail-Analyse. Dieses Hilfsprogramm ermittelt auf Knopfdruck den entsprechenden Internetprovider. Steckt ein Schweizer Anbieter dahinter – zum Beispiel Cablecom –, kann der Geschädigte den Fall direkt Cablecom melden. Das Gesetz verpflichtet die Anbieter, unerwünschte Massenwerbung zu verhindern. «Mit diesem Analysetool geben wir dem

Nutzer eine Chance, sich zu wehren, und leiten ihn dorthin weiter, wo er Hilfe bekommt», fasst Roger Küffer, Leiter der Abteilung Monitoring, das leidige Thema zusammen. Nutzer sind aber nicht nur Opfer, sondern oft auch Täter, allerdings ohne es zu wissen. Der eigene Computer kann unbemerkt gekapert und mit Viren oder Trojanern infiziert worden sein. Beim Aufstarten verschickt der PC dann automatisch Spams – quasi ferngesteuert. Man spricht in diesem Zusammenhang von Bot-Netzen.

## Im Internet auf Streife

Der Name «Koordinationsstelle» wird der Kobik nicht wirklich gerecht. «Ein wesentlicher Teil unserer täglichen Arbeit ist das Generieren von Fällen», sagt Küffer. «Generieren» heisst, aktiv im Internet nach Strafbarem suchen. Das Thema ist vom Leitungsausschuss klar vorgegeben: Es geht um Kinderpornografie. Küffer erklärt: «Wir wissen genau, wonach wir suchen und wo wir die meisten Treffer landen.» Gewisse Barrieren sind den Ermittlern aber vorgegeben: So darf Monitoring nur im öffentlichen – nicht aber im passwortgeschützten – Bereich stattfinden. Provozieren oder Ermitteln unter falschen Vorgaben ist nicht erlaubt. Das Überwachen von Chat-Foren braucht deshalb Zeit und Fingerspitzengefühl. «Wir wissen und beobachten, dass gerade beim Chatten sehr viel Rechtswidriges passiert, und arbeiten deshalb eng mit

Roger Küffer  
Leiter der Kobik-Abteilung Monitoring

**«Wir wissen und beobachten, dass gerade beim Chatten viel Rechtswidriges passiert, und arbeiten deshalb eng mit den Betreibern von Chat-Räumen zusammen.»**



den Chat-Betreibern zusammen. Bluewin beispielsweise hat über 300 ehrenamtliche Mitarbeiter, die Chat-Räume intensiv überwachen.» Die sich daraus ergebenden Verdachtsfälle werden an die Kobik weitergeleitet.

Wo aber trifft man die meisten Fälle? «Hauptsächlich in Peer-to-Peer-Netzen.» Bekannte P2P-Netzwerke sind beispielsweise Gnutella, Fast Track oder eDonkey. Auf diesen «Datenautobahnen» werden unzählige Informationen und Bilder übermittelt – auch Bilder von Kinderpornografie. «Hier filtern wir zwischen 30 und 40 Fälle pro Monat heraus.» Küfer demonstriert an einem Beispiel, wie schnell und unwiderruflich ein Treffer gelandet wird. Und das, obwohl gerade in diesem Moment etliche Millionen Surfer im Netz sind. Er selektiert seine Abfrage nach dem Bezug zur Schweiz. Den Suchbegriff hält er geheim – Insiderwissen. Die Liste ist lang und täuscht auf den ersten Blick. Denn nicht hinter jedem Namen verbirgt sich ein Straftäter. Das herauszufinden und abzuwägen, ist auch Teil der Arbeit. Da hilft die Erfahrung.

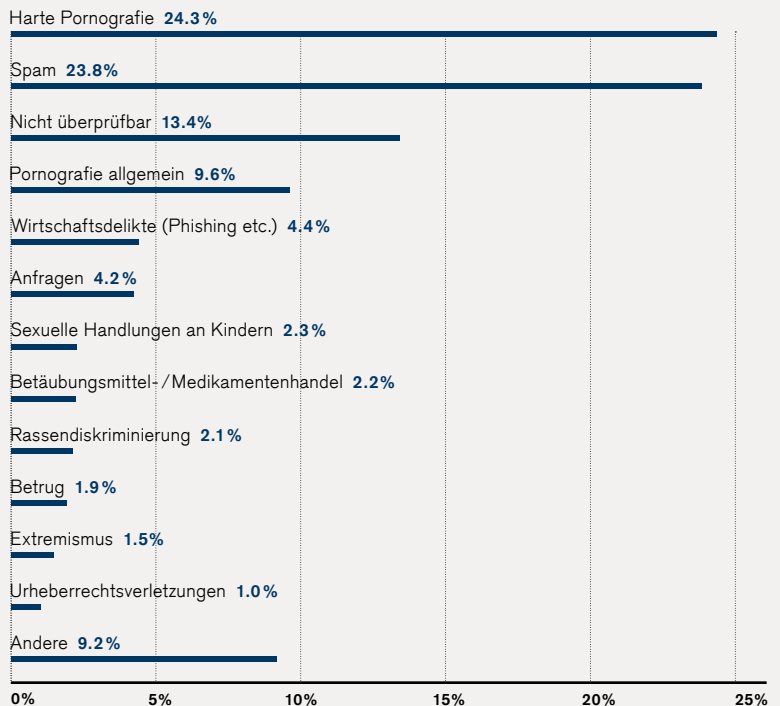
### Verdächtig – was nun?

Nachdem alle Hinweise und Verdächtigungen mit Bezug zur Schweiz gerichtsverwertbar gesichert sind, werden die Dossiers an die Kobik-Clearings-Stelle übergeben. Dort werden die Meldungen auf ihre strafrechtliche Relevanz hin überprüft und die verdächtigen Fälle anschliessend an die zuständigen Strafverfolgungsbehörden in den Kantonen weitergeleitet.

Die Kobik hat im letzten Jahr 259 Verdachtsfälle recherchiert. Zwischen 75 und 80 Prozent dieser Fälle werden von der Polizei aufgedeckt. Das sind rund 207 Verhaftungen im Jahr. Mit einem Satz: Die neun Mitarbeiter entlarven jeden zweiten Tag einen Verbrecher – eine «Schreibtischarbeit», die sich lohnt. fva

## Bevölkerungsmeldungen bei der Kobik 2006

Die Trends von 2005 haben sich im letzten Jahr bestätigt: Meldungen zu Kinderpornografie und zu Spam-Mails machen rund die Hälfte aus. Quelle: Kobik



### Die wichtigsten Begriffe auf einen Blick

**Spam** Spam bezeichnet unaufgefordert und automatisiert zugesandte Massenwerbung, worunter auch Spam-E-Mails fallen. Die automatisierte Versendung macht es möglich, mit geringem Zeit- und Geldaufwand eine grosse Anzahl Empfänger zu erreichen.

**Phishing** Das Wort Phishing setzt sich aus den englischen Wörtern «password» und «fishing» zusammen. Mittels Phishing versuchen Betrüger, an vertrauliche Daten von ahnungslosen Internetbenutzern zu gelangen.

**Schneeballsystem** Ein Schneeballsystem charakterisiert sich im Wesentlichen dadurch, dass durch das Anwerben von neuen Teilnehmern, die ihrerseits wiederum eine neue «Generation» von Teilnehmern anwerben sollen, Geldzahlungen an die bisherige Generation zu leisten sind.

**Betrug** Das Phänomen des Vorschussbetrugs ist seit Anfang der Achtzigerjahre bekannt. Per E-Mail, Fax oder persönlichem Brief werden den Empfängern ausserordentliche Profite in Aussicht gestellt.

**Escrow** Escrow-Unternehmen treten als Mittler und Verwalter von Zahlungen vor allem bei Internetgeschäften auf, wo ein physischer Kontakt zwischen Käufer und Verkäufer meist nicht herzustellen ist.

→ Weitere Infos und das Meldeformular für verdächtige Internetinhalte finden Sie unter [www.kobik.ch](http://www.kobik.ch).

# Per Mausklick zum Anlageprofi

Wer bei Anlagefonds den Durchblick haben will, muss Experte sein – oder die richtige Website kennen. Im Fund Lab werden Einsteiger schnell zu Experten.

Seit Beginn der Neunzigerjahre ist die Welt der Anlagefonds immer vielfältiger geworden. Heute gibt es tausende Fonds: von zahlreichen Anbietern und für unterschiedliche Interessengruppen. Allein das von der Credit Suisse verwaltete Fondsvermögen liegt zurzeit bei rund 60 Milliarden Schweizer Franken.

Der Grundgedanke hinter jedem Anlagefonds ist das gemeinsame Investieren. Der Fonds legt Gelder an, die ihm von privaten Personen, Unternehmen und Pensionskassen zur Verfügung gestellt werden. Dieses Sammelvermögen wird professionell investiert: je nach Fondsstrategie in Aktien, Obligationen, Geldmarktpapiere, Immobilien und alternative Anlagen – oder in eine Kombination davon. Die Anlagestrategie des Fonds definiert ebenfalls, in welche Branchen, Regionen, Länder, Währungen oder Themen der Fonds investiert.

Bei einem diversifizierten Portfolio wird das Gesamtrisiko dadurch reduziert, dass die einzelnen Anlagen unterschiedliche Korrelationen (geringe Abhängigkeit) zueinander aufweisen. Ziel ist es dabei, ein Portfolio zu bilden, das eine möglichst hohe Rendite bei gleichzeitig möglichst geringem Risiko verspricht.

## In jedem Fonds steckt viel Know-how

Um die richtigen Titel in einem Fonds zusammenzufassen, sind ein vertieftes Wissen über die Marktbedingungen und -veränderungen sowie ein hoher zeitlicher Aufwand für Analysen notwendig. Finanzmarktspezialisten besuchen Firmen und analysieren ihre Entwicklung. Zur Unterstützung der Anlageentscheide kann der Fondsmanager auf das ausgewiesene branchenspezifische Know-how von

Analysten und Ökonomen zurückgreifen, welche die Finanzmärkte kontinuierlich analysieren. Dadurch verfügt der Fondsmanager über die aktuellen notwendigen Informationen, um über Zu- und Verkäufe von Titeln zu entscheiden.

In den letzten Jahren ist der Anlagefondsmarkt weltweit gewachsen. Es existiert eine Vielzahl von Anlagefonds: zu jeder Anlagekategorie, jeder Branche, jeder Region. Beinahe zu jedem Land und Themenbereich sind Anlagefonds erhältlich. Der Grund für dieses Wachstum und für den Erfolg der Anlagefonds liegt vor allem in ihren überzeugenden Vorteilen: Risikostreuung, langfristig attraktive Renditen, Flexibilität.

## Fund Lab erleichtert die Auswahl

Um aus dem globalen Fondsangebot die stärksten Produkte herauszufiltern, hat die Credit Suisse 1999 die Informationsplattform Fund Lab lanciert. Fund Lab ist eine interaktive Internetfondsdatenbank und deckt ein grosses Fondsuniversum ab, das laufend ausgebaut wird. Die Fonds stammen von vielen Anbietern,

die eine Gemeinsamkeit teilen: Sie verfügen über starke Produkte. Heute umfasst Fund Lab mehr als 2600 Fonds von über 60 Anbietern. Praktisch alle grossen Namen der internationalen Fondsbranche sind in der Internetdatenbank vertreten. Aber auch zahlreiche innovative Nischenanbieter sind dabei.

Fund Lab steht für Offenheit. Die Datenbank stellt alle relevanten Informationen auf eine einzige Plattform, macht die Daten vergleichbar und hält sie permanent à jour. Die Datenbank ist unter [www.credit-suisse.com/fundlab](http://www.credit-suisse.com/fundlab) frei zugänglich. Mit wenigen Mausklicks verschafft man sich ein Maximum an Transparenz in der Welt der Anlagefonds. Kurz: Mit Fund Lab hat die Credit Suisse die offene Vertriebsarchitektur konsequent umgesetzt mit dem Ziel, Mehrwert zu schaffen. Und die Plattform wächst. Den Ausbau von Fund Lab steuert die Credit Suisse mit qualitativen und quantitativen Kriterien. Eine Fondsgesellschaft muss über Erfahrung, Reputation, Grösse und ein solides Management verfügen. Eine breite Palette von Fonds ist ein zusätzliches Aufnahmekriterium für Fund Lab. Weitere Voraussetzungen sind das regelmässige Reporting, die Lieferung von Performance- und anderen Daten, die für permanente Transparenz und einfache Vergleichbarkeit notwendig sind. Dabei wird auch auf unabhängige externe Datenlieferanten zurückgegriffen. Denn nur auf einer stabilen, zuverlässigen Daten-

Julian Köhler  
Head Product Management Investment Funds  
Private Banking

«Mit Fund Lab hat die Credit Suisse die offene Vertriebsarchitektur konsequent umgesetzt mit dem Ziel, Mehrwert zu schaffen.»





basis lassen sich aussagekräftige Vergleiche und ein Plus an Transparenz gewinnen. Spezialisierte Analystenteams bewerten zudem regelmässig einzelne Fonds des Fund-Lab-Universums.

Monatlich werden pro Fonds Berichte (Factsheets) erstellt. Darin werden die Performance-Entwicklung sowie die aktuelle Portfolio-Zusammensetzung dokumentiert. Der Aufwand für diese Transparenz ist enorm hoch und wird ständig weiter verbessert. Pro Monat werden in der Datenbank unter anderem rund 50 000 PDF-Factsheets aktualisiert.

Alle Fonds, die im Fund Lab angeboten werden, können in der Schweiz zu den gleichen Konditionen erworben werden – egal, von welchem Anbieter sie stammen. Die Ausgabekommission beträgt für Geldmarktfonds (abgestuft nach Anlagebetrag) 0,5–0,2 Prozent, für Obligationenfonds 1 Prozent und für Aktien- und Portfoliofonds 2 Prozent. Dabei kommt bei der Ausgabe von allen Fund-Lab-Fonds eine Mindestkommission von 50 Franken zur Anwendung. Die Rückgabe der Fondsanteile erfolgt kommissionsfrei. Zusätzlich zum Rabatt von 30 Prozent auf den eigenen Depotgebühren profitieren die Anlegerinnen und Anleger bei sämtlichen Fondswechseln innerhalb des Fund-Lab-Universums von einem Rabatt von 30 Prozent auf die Ausgabekommissionen.

Mit der Funktion Buy & Sell können Anleger ihren ausgewählten Fonds online über Direct Net, das Online-Banking der Credit Suisse, kaufen oder verkaufen. Zusätzlich ist die Zeitlimite der spätmöglichen Auftragsplatzierung angegeben. Der letzte Preis und die Valorenummer des betreffenden Fonds sind ebenfalls ersichtlich. Wer via Direct Net Fonds kauft, erhält einen Rabatt von 25 Franken pro Kaufauftrag.

Mit Fund Lab können auch in Zukunft die unterschiedlichsten Anforderungen einer breiten Kundenbasis optimal unterstützt und gefördert werden.

Julian Köhler, Head Product Management  
Investment Funds Private Banking



Pro Monat werden in der Datenbank unter anderem rund 50 000 PDF-Factsheets aktualisiert.

→ Im Fund Lab der Credit Suisse stehen Anlegern über 2500 Fondsprodukte von mehr als 60 Anbietern im Überblick zur Verfügung.

Weitere Informationen unter:  
www.credit-suisse.com/fundlab.

## Direct Net für alle!

Als erste Schweizer Bank hat die Credit Suisse ihre Online-Banking-Anwendung nach internationalen Zugänglichkeitsnormen ausgerichtet und am 26. April 2007 dafür das Zertifikat Label AA erhalten. Ab sofort steht das Direct Net auch Menschen mit Behinderung offen.

Die Entwicklung des Internets ist zweifelsfrei eine der grössten technischen Errungenschaften des letzten Jahrhunderts. So manche Aufgabe des Alltags lässt sich im Cyberspace einfacher, schneller und vor allem bequemer erledigen, nämlich vom heimischen Computer aus. Gerade für ältere Personen oder für Menschen mit Behinderung ein riesiger Vorteil – würde man meinen. In der Praxis sieht das Ganze dann leider etwas anders aus: Für rund 700 000 Menschen in der Schweiz gestaltet sich der Ausflug in die virtuelle Welt problematisch – eine ausgeprägte Sehschwäche, motorische, kognitive oder andere Behinderungen erschweren ein effizientes Sich-zurechtfinden. Nichtsdestotrotz möchten auch diese Kunden ihre Bankgeschäfte selbstständig erledigen. Die Credit Suisse hat deshalb Anfang 2007 eine Stelle geschaffen, die sich speziell mit den Bedürfnissen dieser Kunden befasst, um ihnen den Zugang zu den Produkten und Dienstleistungen der Bank zu erleichtern.

### Die Credit Suisse beseitigt Barrieren

Den Anfang machte die Credit Suisse mit dem Direct Net, ihrer Online-Banking-Anwendung. In Zusammenarbeit mit der externen Stiftung «Zugang für alle» in Zürich wurde der Ist-Zustand der Applikation in Bezug auf die Einhaltung der internationalen Zugänglichkeitsnormen analysiert. Hierfür wurden repräsentative Seiten des Direct Net von Testpersonen mit einer Sehbehinderung oder anderen kognitiven Beeinträchtigungen geprüft. Ziel war es, Lücken zu entdecken und Massnahmen zu deren Behebung im Hin-

blick auf eine Zugänglichkeits-Zertifizierung durch die Stiftung «Zugang für alle» zu treffen. Diese Zertifizierung ist ein Gütesiegel einer national anerkannten Zertifizierungsstelle, was bestätigt, dass das Direct Net den internationalen Normen für Web-Zugänglichkeit entspricht. Am 26. April schliesslich erhielt die Credit Suisse als erste Schweizer Bank die Zugänglichkeits-Zertifizierung. Unter anderem wurden folgende Bereiche verbessert:

- Zur besseren Lesbarkeit kann der Kontrast der Seiten verstärkt werden.
- Alle Bilder wurden durchwegs mit Schlagworten versehen, damit sie auch

von stark sehbehinderten Menschen erkannt werden können.

- Mit der Vergrösserungsfunktion des Browsers kann das Direct Net grösser angezeigt werden.

- Alle Tabellen- und Spaltenüberschriften wurden konsequent für den Screenreader optimiert. Dieses Software-Tool übermittelt die Informationen, die gewöhnlich auf dem Bildschirm ausgegeben werden, mithilfe nichtvisueller Ausgabegeräte, also wahlweise akustisch oder taktil über eine Braillezeile.

Hanspeter Kurzmeyer, Leiter Privatkunden Schweiz, freut sich ganz besonders über die Tatsache, dass die Credit Suisse auch beim Thema Barrierefreiheit eine Vorreiterrolle in der Schweiz einnimmt: «Durch die Zugänglichkeit ihrer Produkte und Dienstleistungen für Menschen mit Behinderung kann die Credit Suisse zu einer stärkeren Integration dieser Menschen in der Schweiz beitragen und somit ihre soziale Verantwortung wahrnehmen.»

ad

→ Mehr Infos unter:  
[www.credit-suisse.com/directnet](http://www.credit-suisse.com/directnet)



Kunden mit einer starken Sehbehinderung können über ein spezielles Blindenschrift-Tool das Online-Banking der Credit Suisse nutzen.

Daniel Hippenmeyer  
Leiter Recruiting Schweiz

«Jeder Vierte, der bei uns eine Stelle antritt, hat sich übers Internet beworben.»



## Traumjob in der Mailbox

Die Stellensuche übers Internet ist Erfolg versprechend. Der Clou dabei ist, nicht zu suchen, sondern sich von den Stellen finden zu lassen. Mit Jobmail wird die Suche bequemer und effizienter.

Der Online-Stellenmarkt boomt. Hunderte von Stellenbörsen tummeln sich im Internet im Kampf um die Talente. Für Kandidaten, die sich beispielsweise bei der Credit Suisse in der Schweiz bewerben, ist der Online-Kanal heute mit Abstand der erfolgreichste. Nur wer bereits angestellt ist oder von der Linie vorgeschlagen wird, hat noch grössere Chancen. «Im letzten Jahr wurden rund 25 Prozent aller externen Einstellungen bei der Credit Suisse über den Online-Stellenmarkt gewonnen», bestätigt Daniel Hippenmeyer, Leiter Recruiting Schweiz. Die Tendenz ist steigend.

Das Internet bietet Stellensuchenden und Unternehmen klare Vorteile. Allen voran: Zeit und Geld. Stelleninserate im Internet kosten einen Bruchteil der Stelleninserate in den Zeitungen und erreichen dabei ein Zielpublikum, das um Faktoren grösser ist als die Leserschaft einer einzelnen Zeitung. Gerade auf einem ausgetrockneten Markt, wie er zurzeit besteht, ist eine breite Streuung wichtig. Gleichzeitig birgt die Ausschreibung über das Internet die Gefahr einer

Qualitätseinbusse bei eingehenden Bewerbungen.

### Qualität muss gesichert sein

Eine Möglichkeit, die Qualität zu sichern, ist das Online-Assessment. Hierbei erhalten Bewerber per Link einen speziellen Fragenkatalog, der die Kompetenzen eines Bewerbers hervorhebt. Arbeitgebern ermöglicht das, Kandidaten im Unternehmen richtig zu platzieren und ihren Fähigkeiten entsprechend zu entwickeln. Online-Assessments sind heute ein wichtiger Bestandteil des Rekrutierungsprozesses. «Das Online-Assessment unterstützt uns massgebend in der Platzierung der Kandidaten und kommt auch der Umsetzung unserer Unternehmensstrategie entgegen», erklärt Erich Grimm. Als Leiter Recruiting Uetlihof überblickt er den Grossteil der Rekrutierungen in der Schweiz.

Eine weitere Möglichkeit, die Qualität zu sichern, sind Filterfragen, welche die Fähigkeiten der Kandidaten, wie zum Beispiel spezielle Sprachkenntnisse oder Bankerfahrung, hervorheben. Diese Me-

thode wird bereits von einigen Jobbörsen angewendet und unterstützt die Unternehmen, indem sie die Kandidatenliste pro Position grob strukturiert. Bei über 4000 Bewerbungen im Monat kann das die Suche erheblich verkürzen.

### Gezielt gesucht ist schneller gefunden

Das Internet bietet auch Stellensuchenden die Möglichkeit, gezielt die Stellen herauszufiltern, die den eigenen Wünschen entsprechen. Das Unternehmen TopJobsScout24 unterhält dafür gleich zwei Jobportale: Das Portal jobscout.ch, das sämtliche Stellensuchende anspricht und topjobs.ch, eine Plattform für Fach- und Führungspersonal. Allein für den Finanzbereich werden auf diesen beiden Plattformen in der Schweiz über 900 Stellen im Monat angeboten. Das Angebot so zu unterteilen, erleichtert Stellensuchenden den Überblick: «User müssen sich im Dschungel der Online-Angebote schnell zurechtzufinden können», erklärt Urs Lüchinger, Geschäftsführer von TopJobsScout24, die Zweikanal-Strategie: «Wenn man eine gewisse Stellung oder eine bestimmte Funktion in der Karriere anstrebt, macht es wenig Sinn, ein Jobumfeld von über 1000 Stellen pro Monat abzusuchen.» TopJobsScout24 gehört zu den Jobbörsen, die nicht nur Stellen ausschreiben, sondern auch neue Aspekte des Recruiting ansprechen: «Unternehmen mit einem starken Brand schätzen es, bei Jobbörsen als Firma auftreten zu können, mit ihrem eigenen Branding», erklärt Lüchinger. «Wir führen Stellensuchende über die Eingabe ihrer Suchkriterien nicht nur zu bestimmten Stellen, sondern direkt zum Unternehmen, das die entsprechende Stelle anbietet.» Der User landet also direkt im Online-Stellenmarkt der gewünschten Firma und bekommt einen ersten Eindruck vom Unternehmen. Fast jedes Unternehmen hat inzwischen einen eigenen Online-Stellenmarkt. Für den Credit Suisse Recruiting-Leiter Daniel Hippenmeyer sind Firmenauftritte an Jobbörsen ein klarer Vorteil: «Um die besten Talente zu >

finden, müssen Firmen innovativer werden und sich aktiv als Unternehmen und als Arbeitgeber positionieren.»

### Jobmail: Der beste Weg zum Erfolg

Nicht jede Stelle ist auf jeder Plattform ausgeschrieben. Für Stellensuchende kann das tägliche Prüfen mehrerer Jobbörsen, Firmen-Stellenmärkte und Zeitungen zum ermüdenden Kampf werden. Neben der Aufteilung in allgemeine Stellen und Führungspositionen gibt es Online-Plattformen, die sich auf bestimmte Berufsgruppen spezialisieren, wie zum Beispiel auf Marketing- und Kommunikationsstellen. Ein Bewerber sollte daher genau wissen, in welchem Bereich er eine Stelle anstrebt, und sich spezifische Anbieter dafür herausuchen. So kann die Suche auf wenige Websites am Tag reduziert werden. Die einzelnen Websites bieten aufgrund der Spezialisierung oft interessantere Stellen an als die allgemeinen Jobbörsen.

Was aber, wenn man bei einem bestimmten Arbeitgeber eine Stelle sucht? Haben Stellensuchende früher noch lange Recherchen betrieben und sich mit einer Spontanbewerbung an einen Arbeitgeber gewandt, gibt es heute längst bessere Methoden: Das Jobmail-Abo. Es wird mit Begeisterung genutzt, denn das Konzept dahinter ist so einfach wie wirksam: Man bestellt im Internetauftritt eines Unternehmens einfach ein Abonnement für offene Stellen, gibt seine Suchkriterien wie bei einer Jobbörse ein und erhält jede Ausschreibung im gewünschten Bereich des bevorzugten Arbeitgebers direkt per E-Mail nach Hause geschickt. Die Informationen sind also zur selben Zeit beim User, wie sie an Jobbörsen und Zeitungen gelangen. Stellensuchende haben damit einen zeitlichen Vorsprung und können sich gezielt auf eine Stelle bewerben. «Diese Methode bringt wesentlich mehr Erfolg als eine Spontanbewerbung», erklärt Hippenmeyer. Tatsächlich nahmen Spontanbewerbungen in den letzten Jahren ab. Haben sich im Jahr 2005 noch über 10 000 Suchende

spontan bei der Credit Suisse beworben, also nicht gezielt auf eine Stelle, so waren es letztes Jahr noch knapp 7000. Die Tendenz bleibt abnehmend, denn Spontanbewerbungen sind mit hohem Aufwand verbunden und lohnen sich mit einem statistischen Anstellungserfolg von nur fünf Prozent nicht. «Die gezielte Bewerbung über eine Ausschreibung macht auf beiden Seiten mehr Sinn», bestätigt Hippenmeyer diesen Trend. «Das Jobmail-Abonnement übertrifft all unsere Erwartungen.» Allein im April dieses Jahres verzeichnete die Credit Suisse 2800 Jobmail-Abonnements. Das sind mehr als doppelt so viele, wie erwartet. In der «Offline-Welt» entspricht diese Zahl

2800 Menschen, die sich zurzeit für eine Stelle bei der Credit Suisse interessieren und darauf warten, dass sich ganz genau die Stelle öffnet, die sie sich wünschen. Die Jobmail-Dienstleistung wird zudem gerne von Agenturen genutzt, die sich auf bestimmte Berufskategorien spezialisiert haben. Sie können sich damit auf ihrem Gebiet automatisch updaten.

So vielseitig die Online-Stellensuche ist: Das Jobmail-Abo ist eine der effizientesten Methoden, offene Stellen zu finden. Hat man nämlich erst einmal die Jobmail-Dienste der bevorzugten Arbeitgeber abonniert, so geschieht der Rest fast wie von selbst: Das nächste Jobmail kommt bestimmt!

jb

**CREDIT SUISSE**

## Stelleninserate

Um nach offenen Stellen bei der Credit Suisse Group in der Schweiz zu suchen, geben Sie bitte Ihre Kriterien ein und drücken Sie "Suchen".

**Fachbereich/Einstiegsprogramme**  
Wenn Sie keinen Fachbereich wählen, erfolgt die Suche automatisch in allen Fachbereichen.

<input type="checkbox"/> Client Mgmt Corporate Banking	<input type="checkbox"/> Client Mgmt Retail Banking	<input type="checkbox"/> Client Mgmt Private Banking
<input type="checkbox"/> Treasury/Trading/Sales	<input type="checkbox"/> Investment Management	<input type="checkbox"/> Credit Analysis/Risk Mgmt
<input type="checkbox"/> Research/Company Development	<input type="checkbox"/> Legal/Compliance	<input type="checkbox"/> Fin./Account/Control/Audit
<input type="checkbox"/> Human Resource Business School	<input type="checkbox"/> Marketing/Communication	<input type="checkbox"/> Project Mgmt/Mgmt Support
<input type="checkbox"/> General Management	<input type="checkbox"/> Operations	<input type="checkbox"/> Corp. Services/Administration
<input type="checkbox"/> Information Technology	<input type="checkbox"/> Other	<input type="checkbox"/> Investment Banking
<input type="checkbox"/> Asset Management		

**Unternehmen**  
\*Bevorzugt. Unternehmensbereich:

**Region**  
\*Bevorzugte Region:  [Regionen anzeigen](#)

**Zeitraum**  
Volzeit / Teilzeit  
☒ Alle ☐ Volzeit ☐ Teilzeit

**Stellenstatus**  
☒ Alle ☐ Unbefristet ☐ Befristet

**Publikationsdatum**  
\*Ausgeschrieben innerhalb:

**Schlagwörter/Tätigkeit**  
Suchbegriff:

Um die Suche nach offenen Stellen zu starten, klicken Sie hier: [Suche](#)

Falls Sie sich bei verschiedenen Unternehmen der Credit Suisse Group bewerben, sind auch die jeweils anderen Bewerbungen für die zuständigen Mitarbeiter des Human Resources ersichtlich.

**JobMail Abo** [Registrieren](#)

**Im Internet können Stellensuchende die eigenen Bedürfnisse eingeben: Tätigkeitsfeld, Beschäftigungsgrad und Vertragsbedingungen. Der Computer nimmt dem User dann die Sucharbeit ab und gibt alle entsprechenden Stellen an. Einfach und schnell.**



# Das E-Business wächst weiter

Der Vertrieb von Waren und Dienstleistungen über das Internet wächst weiterhin in einem hohen Rhythmus. Das ist vor allem der Verbesserung der Zugänglichkeit, der Abwicklung und der Inhalte zu verdanken. Nach Schätzungen der Credit Suisse werden die Ausgaben, die weltweit übers Internet getätigt werden, von 170 Milliarden Dollar im vergangenen Jahr bis 2010 auf 263 Milliarden Dollar anwachsen.

Die Zahl der Internauten ist laut einer Erhebung der Firma comScore im März 2007 weltweit auf 763 Millionen angewachsen. Die Internetnutzer besuchten mehr als 2 Billionen Webseiten im März, das bedeutet einen Anstieg von 9 Prozent gegenüber dem Vormonat. Die USA und Europa sind nach wie vor die wichtigsten Online-Märkte, auch wenn die Regionen mit den höchsten Wachstumsraten Lateinamerika und der asiatisch-pazifische Raum sind. Nach einer Untersuchung von PricewaterhouseCoopers (PwC) sollte der Weltmarkt für Internetanschlüsse und Internetwerbung zwischen 2005 und 2010 jedes Jahr um 13 Prozent wachsen.

## Breitbandanschlüsse als Katalysator

Die Internetbranche wird in den nächsten Jahren vom Rückgang des Marktanteils klassischer Wähl- zugunsten von Breitbandverbindungen profitieren. «Das ungebrochene Wachstum bei den Breitbandverbindungen wird zum Katalysator für die gesamte Branche werden», glaubt Heath Terry, Internetanalyst bei der Credit Suisse. «Die immer günstigeren Breitbandverbindungen und die immer höheren Verbindungsgeschwindigkeiten werden die Nutzung des Internets und seiner einzelnen Dienste stark fördern», fügt er hinzu. Bis 2010 wird der Anteil der Haushalte, die über einen Internetanschluss verfügen, 47 Prozent erreichen. 2001 waren es der PwC-Studie zufolge gerade einmal 17 Prozent, 2006 hingegen bereits 34 Prozent.

Suchmaschinen sind heute die am häufigsten besuchten Seiten. Kein Wunder, ist das Internet für viele Nutzer doch zur wichtigsten Informationsquelle geworden. Durch die ständige Verbesserung der Suchmaschinen wird die Attraktivität des Internets weiter steigen. Etwa 80 Prozent der Internetnutzer besuchen Suchmaschinen, wie eine Untersuchung von Nielsen//NetRatings ergab. Die Zahl der Suchanfragen erreicht weltweit gegenwärtig fast 22 Milliarden pro Monat. Davon entfallen fast zwei Drittel auf Google. Yahoo! hingegen hat nur einen Marktanteil von einem Fünftel.

Da die Verbraucher mehr Zeit online verbringen, müssen ihnen die Werbetreibenden auch ins Internet folgen. Die Credit Suisse schätzt, dass die Ausgaben für Internetwerbung von 2005 auf 2006 um 35 Prozent auf 17 Milliarden Dollar gestiegen sind. Weltweit sollte die Internetwerbung PwC zufolge bis 2010

ein Volumen von 51,6 Milliarden Dollar erreichen. Auch der E-Commerce – darunter versteht man den Verkauf von Waren und Dienstleistungen übers Internet – wächst rasant. Das amerikanische Statistische Amt (Census Bureau) schätzt den Anteil der E-Commerce-Transaktionen auf 2,8 Prozent des gesamten Einzelhandelsumsatzes in den USA im Jahr 2006. Das sind 109 Milliarden Dollar.

## E-Commerce wird salonfähig

«Das E-Commerce-Segment wies das stabilste Wachstum der gesamten Internetbranche auf. Die jährliche Rate betrug in den letzten vier Jahren fast 25 Prozent», betont Heath Terry von der Credit Suisse. «Wir sind überzeugt, dass wir derartige Wachstumsraten auch in Zukunft erleben werden, da die Verbraucher immer weniger Hemmungen haben, auch bedeutende Käufe online zu tätigen, und da zudem der Anteil der jüngeren Internetnutzer, die mit dem Web gross geworden sind, ansteigt. Firmen wie eBay, Amazon und klassische Einzelhändler mit einer starken Webpräsenz sollten von diesem Wachstum profitieren. Die E-Commerce-Titel sind mit dem 29-Fachen ihres für 2008 erwarteten Gewinns pro Aktie bewertet. Das stellt gegenüber der gesamten Internetbranche einen leichten Bewertungsaufschlag dar. Trotzdem halten wir angesichts der Wachstumsraten die Bewertungen dieser Unternehmen weiterhin für attraktiv», so Terrys Fazit.

de

Heath Terry  
Internetanalyst bei der Credit Suisse

**«Das ungebrochene Wachstum bei den Breitbandverbindungen wird zum Katalysator für die ganze Branche werden.»**



# Ein neues Leben im Cyberspace

Shoppingtouren, ohne Einkaufstüten zu schleppen. Eine ganze Nacht durchtanzen, ohne am nächsten Morgen mit Kopfschmerzen aufzuwachen. Im virtuellen Zweitleben ist es möglich. Auf der Suche nach einer Filiale meiner Hausbank werde ich in der virtuellen Welt von «Second Life» allerdings noch nicht fündig. Eine virtuelle Welt in Kombination mit einer Grossbank – gab es das nicht schon einmal?

Wir schreiben das Jahr 2002. Idyllisch am Bielersee gelegen, mitten auf der Arteplage in Biel, steht der Pavillon des Expo.02-Projekts Cyberhelvetia. Die Umgebung der Internetstadt «Cy», der virtuellen Parallelwelt zum realen Pavillon, ist deutlich weniger imposant. Sie ist in einer Serverlandschaft der Credit Suisse untergebracht. Die Idee der ersten virtuellen Stadt in der Eidgenossenschaft wirkt kühn. Die Menschen sollen darin mit einer frei wählbaren Identität zu einer sich selbst organisierenden Gemeinschaft – einer Community – zusammenfinden. Die Infrastruktur ist dürrt. Kanalisation und Krankenhäuser sind nicht vorhanden. Die Stadt ist einfach gehalten, und dennoch haben sich rund 33 000 Bewohner niedergelassen, um die virtuelle Welt zu erobern. Der Einzug ist einfach. Weder Möbelschlepper noch Baugenehmigungen sind vonnöten. Eine Einbürgerung ist mit wenigen Mausklicks erledigt, und bei der Namenswahl sind der Fantasie keine Grenzen gesetzt. Einzige Bedingung: Der Name darf nicht schon von einem andern InCyder verwendet werden. Danach sucht man sich aus rund 100 Modellen einen Avatar, eine virtuelle Spielfigur, aus und begibt sich auf die Suche nach einem geeigneten Zuhause. Das virtuelle Leben kann beginnen. Wie im richtigen Leben gilt es, ein Freundesnetzwerk aufzubauen und zu pflegen. Die Internetcommunity besitzt gar ihre eigene Internetzeitung, die «CyPress». Nebst dem Besiedeln der

virtuellen Stadt Cy bestand die Möglichkeit, sich vor Schaufenstern mit Hilfe von dreissig Internet-Portrait-Robotern selber zu fotografieren. Insgesamt kamen über eine Million Portraitbilder zusammen. Nach der Expo wurde das zeitlich befristete Projekt Cyberhelvetia von einigen hundert leidenschaftlichen InCyders selbstständig weitergeführt. Welche Pionierarbeit die Credit Suisse damals geleistet hatte, sollte erst Jahre später richtig deutlich werden.

## Das Internet entwickelt sich rasant

Seit der Expo ist einige Zeit vergangen. Neue Technologien ermöglichten neue Webprojekte. Die Ideen, die dahinterstecken, sind hingegen oft schon einmal da gewesen. Gerade das Projekt Cyberhelvetia sowie diverse andere Projekte aus den Kinderjahren des Internets zeigen, dass schon während der Zeit der New Economy Ideen existierten, die den heutigen Erfolgsmodellen sehr ähneln. Damals folgte auf die Interneteuphorie die grosse Ernüchterung. Die Aktien der Dotcom-Unternehmen brachen drastisch ein. Beim genaueren Betrachten wird deutlich, dass die damaligen Ideen ihrer Zeit oft voraus waren. Die technischen Rahmenbedingungen waren jedoch nicht gegeben. Selbst einfache Dinge, wie online eine Pizza zu bestellen, dauerten ewig. Erst musste man sich mit dem Modem einwählen, danach mit der langsamen Internetverbindung durch den Bestellvorgang navigieren und die langen

Wartezeiten mit strapazierten Nerven und hohen Verbindungskosten bezahlen.

## Interaktivität wird immer wichtiger

Erst mit der Einführung der Internet-Flatrates kam Abhilfe. Nun zahlte man einen bestimmten Preis unabhängig davon, wie lange und wie oft man online war. Durch die Verfügbarkeit von schnellen und billigen Breitbandzugängen wurde es erst möglich, diverse Webanwendungen sinnvoll zu nützen. Dies sollte den endgültigen Durchbruch des Internets einläuten. Und so wurden diverse alte Ideen wieder aus der Schublade hervorgeholt, leicht abgeändert und neu lanciert. Und plötzlich funktionierten sie. Ein Paradebeispiel ist das Videoportal YouTube. Das Konzept ist einfach – der Erfolg überwältigend. Benützer laden ihre Videos hoch und stellen diese der Öffentlichkeit zum Betrachten zur Verfügung. Die Aufmerksamkeit der breiten Masse hat ihren Preis. Die beiden Gründer verkauften YouTube vor kurzem für 1,65 Milliarden US-Dollar an Google. Fünf Jahre früher waren ähnliche Projekte erfolglos. Zu hoch waren die technischen und damit verbunden die finanziellen Hürden für Otto Normalverbraucher.

Das Internet wird zunehmend interaktiv. Millionen von Blogs erobern den Cyberspace. Nebst dem Vorteil des geringen Wartungsaufwands bieten Blogs oft die Möglichkeit, Kommentare zu verfassen. So kann direkt auf einen Artikel Bezug genommen werden. Der Leser wird selber zum Autor. Dieser Communitygedanke ist typisch für die allermeisten der so genannten Web2.0-Projekte. Gerade die diversen Wikis basieren darauf. Die Beiträge dieser Onlinelexiken werden durch die Leser geschrieben und geändert. So wird ein gigantisches Wissen gebündelt und der breiten Öffentlichkeit zugänglich gemacht. Nebst den vielen Vorteilen birgt diese neue Art der Wissensverbreitung auch Gefahren. Wikis sind anfälliger für Manipulationen. Dennoch funktioniert die Selbstregulierung

erstaunlich gut. Schliesslich können die Leser Lücken in Texten füllen und Fehler selber korrigieren.

Ein neues Projekt der virtuellen Selbstverwirklichung ist zurzeit in aller Munde: Second Life. Beim genauen Betrachten sind Parallelen zu Cyberhelvetia offensichtlich. Auch hier kann man seinen Avatar selber gestalten und sich ein virtuelles Zuhause erschaffen. Nach dem Herunterladen der Software kann sofort in die virtuelle 3D-Welt eingetaucht werden.

Der technologische Fortschritt hat jedoch auch hier seine Spuren hinterlassen. Die Möglichkeiten in Second Life sind deutlich grösser; so können beispielsweise individuelle Häuser oder Kleider gestaltet oder virtuelle Firmenniederlassungen gebaut werden. Das Land dazu mietet oder kauft man in eigens geschaffenen Linden-Dollar. Diese wiederum lassen sich mit echten Dollar kaufen. Bei aller Euphorie und dem aktuellen Medienhype: Die Anzahl User, die sich täglich ins Spiel einloggen, ist mit 30 000 im Vergleich zu den sechs Millionen registrierten Benutzern nicht berauschend hoch.

### Vorstoss in eine neue Dimension

So scheint Second Life eher eine Spielerei darzustellen. Grundlegend neue Möglichkeiten bietet Second Life nicht. Kontaktnetzwerke gibt es bereits in Hülle und Fülle und auch an anderen Kommunikationsmöglichkeiten mangelt es im Internet nicht. Die herkömmliche Bannerwerbung sowie die Onlineshops und Firmenhomepages haben sich als Plattform für Onlinemarketing bereits etabliert. Neu ist bei Second Life vor allem die Dreidimensionalität. Diese könnte gerade im Zusammenhang mit dem neuen Betriebssystem Vista auch für andere Webanwendungen einen neuen Trend einläuten. Eins ist sicher: Das Internet hat noch nicht seine endgültige Form gefunden. Wer weiss, vielleicht folgt auf Cyberhelvetia und Second Life irgendwann das virtuelle «dritte Leben». **sds**



**Cy war die erste virtuelle Stadt der Schweiz (Bilder oben). Sie war Teil des Expo.02-Projekts Cyberhelvetia, das durch die Credit Suisse lanciert wurde. Was damals einer Pioniertat glich, gehört heute – dank der virtuellen Welt Second Life – fast schon zum Alltag (Bilder unten).**

### Impressum

**Herausgeber** Credit Suisse, Postfach 2, 8070 Zürich **Redaktion** Andreas Thomann (ath) (Projektleitung), Joy Bolli (jb), Alireza Darvishy (ad), Dorothee Enskog (de), Tanya Fritsche (tf), Mandana Razavi (mr), Sebastian Schiendorfer (sds), Franziska Vonaesch (fva) **Internet** [www.credit-suisse.com/infocus](http://www.credit-suisse.com/infocus) > Dossiers > Internet **Marketing** Veronica Zimnic **Gestaltung** Arnold Design AG, Uerikon ZH Daniel Peterhans, Monika Häfliger, Michele Iseppi, Urs Arnold, Petra Feusi (Projektmanagement) **Layout und Satz** Arnold Design AG, Uerikon ZH **Druck** NZZ Fretz AG, Schlieren **Übersetzungen** Credit Suisse Sprachendienst **Lektorat** text control, Zürich **Fotografen** John Abbott, Seite 17; Andreas Hofer, Seite 19; Jan Potente, Das Fotoarchiv, Seite 14; Martin Stollenwerk, Seite 3, 7, 8, 10, 12, 15; [www.coproductio.ch](http://www.coproductio.ch), Titelseite

# TOP OF SWITZERLAND

N2O Informatique Sarl, Grand-Rue 9, **1180** Rolle [www.n2oinformatique.ch](http://www.n2oinformatique.ch) • Idea Systems, Route des Avouillons 6, **1196** Gland, [www.ideasystems.ch](http://www.ideasystems.ch) • VnV computer, Zennaro & Cie, Daniel-Jeanrichard 30, **2400** Le Locle, [www.vnv-computer.ch](http://www.vnv-computer.ch) • PC Lotus GmbH, Neumarktstr. 9, **2502** Biel/Bienne, [www.pc-lotus.ch](http://www.pc-lotus.ch) • B&C Computer GmbH, Lagerhausweg 30, **3018** Bern, [www.bc-computer.ch](http://www.bc-computer.ch) • Netchange Informatik GmbH, Dorfstr. 12, **3084** Wabern, [www.netchange.ch](http://www.netchange.ch) • Netchange Informatik GmbH, Bernstr. 3-5, **3421** Lyssach, [www.netchange.ch](http://www.netchange.ch) • APS Informatik GmbH, Schlossstr. 1, **3550** Langnau i. E., [www.aps-informatik.ch](http://www.aps-informatik.ch) • BEO-Computer GmbH, Frutigenstr. 6, **3600** Thun, [www.beo-computer.ch](http://www.beo-computer.ch) • PC-Center, Petersgraben 21, **4051** Basel, [www.pccenter-basel.ch](http://www.pccenter-basel.ch) • PCI Computer Systems AG, Mühlemattstr. 48, **4104** Oberwil BL, [www.pcicomputer.ch](http://www.pcicomputer.ch) • RS Computer GmbH, Luzernerstr. 1, **5630** Muri AG, [www.rscomputer.ch](http://www.rscomputer.ch) • Walker Radio TV und PC GmbH, Attinghauserstr. 130, **6460** Altdorf, [www.walkerpc.ch](http://www.walkerpc.ch) • Comptel Sagl, Via al Ticino 19, **6514** Sementina, [www.comptel.ch](http://www.comptel.ch) • Foletti Computer, Via Cantonale 16B, **6928** Manno, [www.foletti.com](http://www.foletti.com) • PC-help.ch GmbH, Richtstr. 19, **7000** Chur, [www.pc-help.ch](http://www.pc-help.ch) • Diversimex GmbH, Seestr. 330, **8038** Zürich, [www.diversimex.ch](http://www.diversimex.ch) • Syntron Elektronik & PC, Schützengraben 24, **8200** Schaffhausen • Bacher Data AG, Ferrachstr. 35, **8630** Rüti ZH, [www.bacherdata.ch](http://www.bacherdata.ch) • MS Informatik GmbH, Landsgemeindeweg 14, **8853** Lachen, [www.ms-informatik.ch](http://www.ms-informatik.ch) • MS Informatik GmbH, Zielstr. 25, **9050** Appenzell, [www.ms-informatik.ch](http://www.ms-informatik.ch) • Computer Direct SG AG, Zürcherstr. 6, **9500** Wil SG, [www.computerdirect.ch](http://www.computerdirect.ch)  
Weitere Bezugsquellen unter: [www.littlebit.ch](http://www.littlebit.ch)



DIE SCHWEIZ UND LITTLEBIT: ZWEI, DIE  
FÜR HÖCHSTE QUALITÄT STEHEN.



littlebit  
NOTEBOOK  
[www.littlebit.ch](http://www.littlebit.ch)



#### Stingray Z84

Processor: Intel® Core™ 2 Duo Processor T7300 •  
Memory: 1 GB • Graphic: nVidia Geforce 8600M GS,  
512 MB • Harddisk: 120 GB SATA • Optical: DVD+/-RW  
8x DL • Operating System: Microsoft® Windows®  
Vista Premium

sFr. 1'990.- inkl. MwSt.