

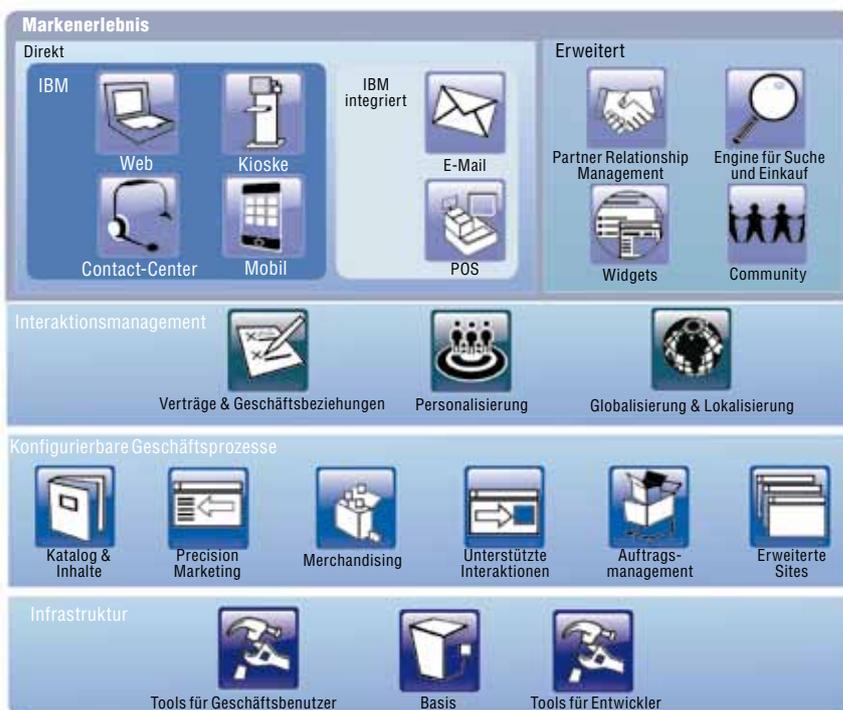
IBM WebSphere Commerce, Version 7.0

Highlights

- **Nahtloses, markenspezifisches Einkaufserlebnis in allen Verkaufskanälen einschließlich digitaler und physischer Kontaktpunkte**
- **Unterstützung aller unternehmensspezifischer Verkaufsgeschäftsmodelle wie B2C und B2B auf einer Kundeninteraktionsplattform**
- **Bessere Kundenbindung und mehr Einkäufe durch vielfältige, individuelle und kontextbezogene Inhalte in jeder Phase des Einkaufs**
- **Leistungsfähige Tools für Geschäftsbenutzer für Merchandising, Katalogmanagement und kanalübergreifende Precision Marketing-Kampagnen**
- **Aufbauend auf der leistungsfähigen IBM Plattform für optimale Leistung, Skalierbarkeit, Zuverlässigkeit und hohe Verfügbarkeit**

Die Lösung für intelligentere E-Commerce-Prozesse

Bei E-Commerce geht es schon lange nicht mehr nur um den Onlineverkauf. Vielmehr steht mittlerweile das intelligente und attraktive Einkaufserlebnis im Mittelpunkt – das über das Web hinausgeht und auch andere Kanäle wie Mobiltelefon und In-Stores einbezieht. Unternehmen haben jetzt die Möglichkeit, dem Kunden ein nahtloses, integriertes Einkaufserlebnis zu verschaffen. Dabei werden Cross-Channel-Optionen und Interaktionsmöglichkeiten mit unterschiedlichen Kontaktpunkten wie In-Store-Kiosken genutzt, die eine unerschöpfliche Produktauswahl bieten. Durch innovative Web 2.0-Technologien werden neue Ebenen des Online-Shoppings erschlossen – und somit wird auch die Art und Weise, wie Unternehmen ihre Marken präsentieren, verändert.



Da Onlinekunden heute durch Zugriffsmöglichkeiten auf die unterschiedlichsten Informationsquellen deutlich besser informiert sind und sich besser auskennen, zeigen sie wesentlich weniger Markentreue als das bisher der Fall war. Produkte von Wettbewerbern, die billiger oder einfacher zu kaufen sind, sind mittlerweile nur noch einen Klick entfernt. Dies stellt sicherlich eine neue Qualität der Herausforderung beim markenspezifischen Online- oder Offlinemanagement dar.

Die Onlinekunden bauen aber auch vermehrt Markenidentitäten auf, indem sie benutzergenerierte Inhalte aus anderen Quellen, Tools für die Onlinezusammenarbeit wie Foren und Blogs und Online-Communitys wie soziale Netze und Services nutzen. All dies kann entscheidend dazu beitragen, wie Ihre Marke letztendlich wahrgenommen wird. Die weitere Entwicklung dieses neuen Onlinekundentyps wird große Auswirkungen auf Ihre Geschäftsprozesse und Ihre Marke haben und Chancen, aber auch Gefahren, für den zukünftigen Erfolg des Unternehmens in sich bergen. Durch die neuen Herausforderungen, die dieser neue Kundentyp mit sich bringt, wird der Kundenservice weiter an Bedeutung gewinnen. Hinzu

kommen völlig neue Erkenntnisse über die Wahrnehmung Ihrer Marke in dieser neuen Umgebung der sozialen Vernetzung. Noch mehr Komfort und Benutzerfreundlichkeit für den Kunden werden ausschlaggebende Kriterien sein. Voraussetzung dafür ist ein herausragendes Einkaufserlebnis, kombiniert mit konsistentem, dynamischem, personalisiertem und optimiertem Kundenservice, sobald der Kunde auf Ihre Marke aufmerksam wird.

IBM WebSphere Commerce Version 7.0 ist eine leistungsfähige Interaktionsplattform für Kunden für den kanalübergreifenden Onlinehandel, die für zahlreiche Umgebungen geeignet ist. Als branchenführende E-Commerce-Lösung unterstützt IBM WebSphere die unterschiedlichsten Geschäftsmodelle im Unternehmen und zeigt sich als mit zahlreichen Funktionen ausgestattete, zentrale Kundenplattform, die sich von anderen Lösungen am Markt unterscheidet.

Mit seiner leistungsfähigen, sofort einsetzbaren Funktionalität und den benutzerfreundlichen Tools ist IBM WebSphere Commerce eine bewährte, flexible Lösung, die sich unabhängig von Branche, Unternehmensgröße oder Vertriebsmodell perfekt an Ihre Geschäftsanforderungen anpassen lässt.

Technologisch ausgereifte Tools helfen Ihren Mitarbeitern bei der Ausarbeitung und Verwaltung von Precision Marketing-Kampagnen, Werbeaktionen und der effizienten Verwaltung von Katalogen, Produktsortimenten, Merchandisingprozessen und Verbindungen zu externen Systemen mit Inhaltsdaten, Preisinformationen und Mediendaten.

WebSphere Commerce Version 7.0 ist eine intelligente E-Commerce-Lösung, die sich deutlich von anderen Lösungen am Markt abhebt. Bei Design und Funktion der Plattform standen drei Kriterien im Mittelpunkt:

- *Kundenorientierung*
- *Cross-Channel-Ausführung*
- *Leistungsfähige Basiskomponenten*

Kundenorientierung: Umfassendes Einkaufserlebnis für den Kunden

Da der moderne Kunde wesentlich technologieorientierter denkt, stehen ihm bei der Suche nach und beim Vergleich von Produkten deutlich mehr Informationen zur Verfügung (die bisherige Markentreue geht dadurch verloren). Folglich ist es von ausschlaggebender Bedeutung, das Einkaufserlebnis für den Kunden so zu gestalten, dass es sich von dem Ihrer Mitbewerber abhebt. Mit WebSphere Commerce kann der Kunde Umfang und Ausrichtung seines Einkaufserlebnisses selbst bestimmen. Dabei helfen leistungsfähige Precision Marketing-Funktionen, zahlreiche Web 2.0-Widgets im Referenz-Store und eine Vielzahl von Social Commerce-Funktionen, Ihre Marke und Produktlinien zu bewerben und zu differenzieren.

Precision Marketing

Durch zielgruppenspezifische Angebote und individuell angepasste Werbekampagnen können Unternehmen mithilfe von WebSphere Commerce Version 7.0 den Verlauf von Onlineeinkäufen, Inhalten und E-Marketing-Botschaften optimal auf die Zielgruppen abstimmen und so das Augenmerk auf die eigene Marke lenken. Precision Marketing-Funktionen erlauben flexible, automatisierte 1:1-Interaktionen („Dialog“) mit dem Käufer auf der Grundlage von Attributen wie Präferenzen, Umsatzprotokoll und Kaufverhalten. Mit der IBM Precision Marketing Engine lassen sich Trigger-Ereignisse wie abgebrochene, also nicht getätigte Einkäufe, Auftragserteilung, Nutzung sozialer Medien, Suchbegriffe oder URL-Aufrufe erkennen und entsprechende Maßnahmen ergreifen, um Käufer gezielt zu Produktangeboten zu führen (z. B. durch angepasste Landing-Pages, SMS-Textnachrichten auf das Mobiltelefon oder gezielte produktspezifische Cross-Selling- und Up-Selling-Aktionen).

Social Commerce

WebSphere Commerce spricht mit seiner Social Commerce-Funktionalität gezielt die Verbraucher der nächsten Generation an, bei denen soziale Vernetzung eine große Rolle spielt. Mit solchen Social Commerce-Funktionen können Onlinegeschäfte Produktbewertungen und -prüfungen durch Einbindung von Anbietern wie BazaarVoice™ sowie von Blogs, Fotogalerien und sozialen Profilen in IBM Lotus Connections und Pluck Sitelife durchführen. Diese integrierten Lösungen werden in Form eines anbieterunabhängigen Ansatzes bereitgestellt. Hierbei werden die entsprechenden Anwendungen mithilfe von IBM WebSphere sMash innerhalb kürzester Zeit entwickelt und bereitgestellt. So wird mithilfe dieser Funktionalität ein direkter Dialog mit dem Verbraucher ermöglicht, wodurch in der Folge das Einkaufserlebnis für den Kunden wesentlich optimiert wird.

Web 2.0 Starter Store

Bei WebSphere Commerce steht eindeutig das Einkaufserlebnis für den Kunden im Mittelpunkt. Erreicht wird dies mit dem Web 2.0 Starter Store, einem sofort einsatzfähigen, anpassbaren virtuellen Schaufenster, der die schnelle Verfügbarkeit Ihrer Online-Sites sicherstellt. Mit Web 2.0 Starter Store wird das Leistungsverhalten der Site verbessert, der Bezahlprozess optimiert und die

Anpassungskosten für das virtuelle Webschaufenster gesenkt. Dabei kommen Cascading Style Sheets und erweiterte Web 2.0-Widgets wie Product Fast Finder, Quick Product Info, Mini Shopping Cart, Drag and Drop von Paging-Objekten usw. zum Einsatz.

Cross-Channel-Ausführung:

Konsistentes Einkaufserlebnis bei allen Kundenkontaktpunkten
Heutzutage wechseln Verbraucher ständig zwischen verschiedenen Kanälen, wenn sie Produkte suchen, bewerten, vergleichen und kaufen wollen. Sie erwarten, dass Markeninformationen konsistent und nahtlos zur Verfügung stehen – und zwar unabhängig vom Kanal, vom Kontaktpunkt oder von der Interaktionsreihenfolge. WebSphere Commerce bietet hierfür verschiedene, vordefinierte Web 2.0-basierte Electronic-Shopping-Prozesse, über die lokale Lagerbestände angezeigt werden können. So lassen sich Bestellungen online aufgeben, direkt im Geschäft abholen und aktuelle Statusinformationen während des gesamten Bestellzyklus abrufen. Die Plattform wurde durch verschiedene offene, standardbasierte Schnittstellen erweitert, über die sich WebSphere Commerce in Lieferkettenlösungen wie ERP- (Enterprise Resource Planning) und DOM-Anwendungen (Distributed Order Management) integrieren lässt.

Cross-Channel Precision Marketing

Per Cross-Channel-Ausführung können Einzelhandelsunternehmen Ereignisse in mehreren Kanälen und an verschiedenen Kontaktpunkten erkennen und im Rahmen vordefinierter Zeiträume gezielt darauf reagieren. Auf diese Weise lässt sich mit jedem einzelnen Kunden ein Dialog aufbauen und weiterverfolgen, indem kontextbezogene, gezielte Marketinginformationen so bereitgestellt werden, dass der Verbraucher auch beim Wechsel des Verkaufskanals an die Marke gebunden bleibt.

Mobile Commerce

Mit der zunehmenden Nutzung mobiler Endgeräte und der entsprechenden Technologien unterstützt WebSphere Commerce Version 7.0 Smart Phones als neuen Kundenkontaktpunkt für die Suche in Onlinegeschäften, für parallele Produktvergleiche, für den Erhalt von marketingspezifischen Nachrichten und Werbeaktionscodes, Informationen zu Geschäftsstandorten, Lagerbestandsverfügbarkeit und zum Abschluss von Transaktionen. Dieses Modell bietet vordefinierte Smart Phone-Unterstützung, wodurch Unternehmen innerhalb kürzester Zeit Mobiltelefone als neuen Verkaufskanal nutzen können. Gleichzeitig lässt sich dadurch die Leistungsfähigkeit der Cross-Channel Precision Marketing-Engine auch für diesen neuen Kundenkontaktpunkt nutzen.

Leistungsfähige Basiskomponenten: Flexible und anpassungsfähige Basis

Da immer mehr Käufer ihre Einkäufe online und über mehrere Vertriebskanäle tätigen, sind Siteverfügbarkeit und Leistungsverhalten zwei kritische Faktoren. Langsame Sites mit langen Reaktionszeiten können sehr schnell zur Unzufriedenheit beim Käufer führen, der dann zu anderen Online-Sites abwandert. WebSphere Commerce hingegen nutzt die Leistungsfähigkeit der zugrunde liegenden IBM Middlewareplattform und bietet so Vorteile wie hohe Transaktionsvolumen, zuverlässige und hoch verfügbare Operationen und Integration in Back-End-Systeme und Anwendungen mithilfe SOA-basierter Standardschnittstellen.

WebSphere Commerce hat darüber hinaus noch mehr zu bieten:

- **IBM Management Center for WebSphere Commerce** – *Zu den Verbesserungen bei diesem Geschäftsbenutzertool gehört u. a. ein Marketing Dialog Builder zum Erstellen und Verwalten des langfristigen Dialogs mit dem Käufer für Marketing- und Merchandisingzwecke. Weitere Verbesserungen sind: dynamische Verwaltung von Kundensegmenten, Verwaltung von Inhalten, E-Marketing-Einblendungen und Vertriebskatalogen im Rahmen eines erweiterten Sitemodells. Die Benutzerschnittstelle für Werbekampagnen wurde ebenfalls erweitert. Zudem sind neue Werbekampagnen auf Basis von Katalogattributen, Zahlungsweisen, Auswahl von Werbegeschenken und anderen Kriterien dazugekommen.*

- **Business-to-business (B2B) Web 2.0 Starter Store** – *Der Web 2.0-basierte B2B Starter Store überzeugt durch seine hohe Kundenorientierung und den optimierten Zahlungsprozess, wodurch B2B-Unternehmen ihren Kunden ein B2C-ähnliches Einkaufserlebnis bieten können.*
- **Data Load Tools** – *Neue Data Load Tools erlauben das effiziente Laden von Katalog-, Preis- und Bestandsdaten in die WebSphere Commerce-Datenbank.*
- **Web Analytics Integration Framework** – *Dieses Framework erlaubt die konsistente Integration in Webanalysetools von anderen Anbietern wie Coremetrics und Omniture.*
- **Funktionale Erweiterung der Basiskomponenten** – *Für den hinter der WebSphere-Lösung stehenden Software-Stack aus IBM WebSphere Application Server und IBM DB2 wurde ein Upgrade auf die aktuellen Versionen vorgenommen.*

Sie können zwischen drei verschiedenen WebSphere Commerce-Editionen wählen:

- **IBM WebSphere Commerce**

Enterprise Leistungsfähige, flexible, auf einer Plattform aufbauende Lösung für B2C-Sites, die verschiedene Marken, Segmente, Länder sowie B2B-Geschäftsmodelle unterstützt. Die Lösung ist als Interaktionsplattform für die Prozessoptimierung in verschiedenen Vertriebskanälen zu sehen und unterstützt mehrere Sites, komplexe direkte und indirekte Geschäftsmodelle, vertragliche Vereinbarungen, dynamische Vereinbarungen und rollenbasierte Mitgliedsverwaltung.

- **IBM WebSphere Commerce**

Professional Umfassende Cross-Channel-Lösung für mittelständische Unternehmen für die Schaffung eines individuellen Cross-Channel-Einkaufserlebnisses für den Kunden. Mithilfe von Cross-Channel Precision Marketing- und Merchandising-Funktionen, konfigurierbaren Geschäftsprozessen, A/B- und multivariaten Tests, Suchmaschinenoptimierung und -personalisierung sind Unternehmen in der Lage, in allen Phasen des Einkaufs die Aufmerksamkeit des Kunden auf die angebotenen Produkte zu lenken, ihn zum Kauf zu motivieren und sein Kaufverhalten zu analysieren und zu verstehen.

- **IBM WebSphere Commerce –**

Express Lösung für kleine und mittelständische Unternehmen, die damit beginnen, ihre Onlinepräsenz schnellstmöglich aufzubauen. Diese Komplettlösung unterstützt aufstrebende Unternehmen beim Einstieg in das Webgeschäft.

Weitere Informationen

Wenn Sie mehr darüber erfahren möchten, wie Sie IBM WebSphere Commerce bei der Entwicklung Ihrer E-Commerce-Strategie unterstützen kann, wenden Sie sich an Ihren IBM Ansprechpartner oder IBM Business Partner.

ibm.com/software/commerce

Die Global WebSphere Community finden Sie unter der folgenden Adresse:

www.websphere.org

IBM WebSphere Commerce Version 7.0 auf einen Blick

Betriebsumgebung: Microsoft® Windows®

Hardwarevoraussetzungen

- IBM PC Server mit Intel® Pentium® 3- oder kompatibelem Prozessor mit mindestens 1,0 GHz
 - 2 GB RAM pro Prozessor für die erste WebSphere Commerce-Instanz
 - 4,5 GB freier Plattenspeicherplatz für die Programmdateien
 - DVD-ROM-Laufwerk
 - LAN-Adapter mit TCP/IP-Protokollunterstützung
 - Grafikfähiger Bildschirm mit einer Anzeigeauflösung von 1024x768
-

Softwarevoraussetzungen (eine der folgenden Optionen)

- Windows Server 2003, Enterprise Edition mit Service-Pack 2 oder höher
 - Windows Server 2003, Standard Edition mit Service-Pack 2 oder höher
 - Windows Server 2008, Standard Edition
 - Windows Server 2008, Enterprise Edition
 - Windows Server 2008, Datacenter Edition
-

Betriebsumgebung: IBM AIX

Hardwarevoraussetzungen

- Eine der folgenden Maschinen mit 375-MHz-Prozessor oder höher:
 - IBM RS/6000 44P Modell 170 oder später
 - IBM pSeries 640
 - 2 GB RAM pro Prozessor für die erste WebSphere Commerce-Instanz
 - 6 GB freier Plattenspeicherplatz
 - 1 GB Paging-Bereich pro Prozessor
 - DVD-ROM-Laufwerk
 - LAN-Adapter mit Unterstützung von TCP/IP-Protokollen
 - Grafikfähiger Bildschirm mit einer Anzeigeauflösung von 1024x768
-

Softwarevoraussetzungen (eine der folgenden Optionen)

- V5.3 (64 Bit) mit 5300-07-01-0748 oder später
 - V6.1 (64 Bit) mit 6100-0 oder später
-

Betriebsumgebung: Sun Solaris

Hardwarevoraussetzungen

- Sun SPARC oder UltraSPARCstation mit mindestens 400 MHz
 - 2 GB RAM
 - 6 GB freier Plattenspeicherplatz
 - DVD-ROM-Laufwerk
 - LAN-Adapter mit TCP/IP-Protokollunterstützung
 - Grafikfähiger Bildschirm mit einer Anzeigeauflösung von 1024x768
-

Softwarevoraussetzungen

- Sun Solaris, Version 10
-

Betriebsumgebung: Linux® on Intel

Hardwarevoraussetzungen

- IBM PC Server mit Pentium III- oder kompatibelem Prozessor mit mindestens 733 MHz
- 2 GB RAM
- 4,5 GB freier Plattenspeicherplatz
- 1 GB Paging-Bereich pro Prozessor
- DVD-ROM-Laufwerk
- LAN-Adapter mit TCP/IP-Protokollunterstützung
- Grafikfähiger Bildschirm mit einer Anzeigeauflösung von 1024x768

Softwarevoraussetzungen

- SUSE Linux Enterprise
 - Server 9 mit Service-Pack 4 für Intel (32 Bit und 64 Bit)
 - Enterprise Server 10 mit Service-Pack 1 für Intel (32 Bit und 64 Bit)
 - Enterprise Server 11 für Intel (32 Bit und 64 Bit)
- Red Hat Enterprise Linux
 - AS/ES 4-Update 6 für Intel (32 Bit und 64 Bit)
 - V5 Advanced Platform Update 1 für Intel (32 Bit und 64 Bit)
 - V5 Advanced Platform Update 1 für IBM System z (64 Bit)

Betriebsumgebung: Linux on POWER

Hardwarevoraussetzungen

- Linux wird auf ausgewählten IBM Systemen mit POWER-Technologie unterstützt. Eine detaillierte Liste hierzu finden Sie unter **ibm.com**/systems/linux/power/
- 2 GB RAM
- 4,5 GB freier Plattenspeicherplatz
- 1 GB Paging-Bereich pro Prozessor
- DVD-ROM-Laufwerk
- LAN-Adapter mit TCP/IP-Protokollunterstützung
- Grafikfähiger Bildschirm mit einer Anzeigeauflösung von 1024x768

Softwarevoraussetzungen

- SUSE Linux Enterprise
 - Server 9 mit Service-Pack 4 für Power Systems (64 Bit)
 - Server 10 mit Service-Pack 1 für Power Systems (64 Bit)
 - Server 11 für Power Systems (64 Bit)
- Red Hat Enterprise Linux
 - AS/ES 4 Update 6 für Power Systems (64 Bit)
 - V5 Advanced Platform Update 1 für POWER (nur 64-Bit-Unterstützung)

Betriebsumgebung: SystemZ Server

Hardwarevoraussetzungen

- 900 MB freier Speicherplatz im temporären Verzeichnis
- 6 GB freier Plattenspeicherplatz für das Linux-System
- 2 GB freier Plattenspeicherplatz für DB2
- 4 GB freier Plattenspeicherplatz für WebSphere Commerce und WebSphere Application Server
- 2 GB freier Speicherplatz im temporären Verzeichnis für den Inhalt der WebSphere Commerce-DVDs
- LAN-Adapter mit TCP/IP-Protokollunterstützung
- Grafikfähiger Bildschirm mit einer Anzeigeauflösung von 1024x768 auf Windows-, Linux- oder UNIX-Maschinen
- DVD-ROM-Laufwerk

Betriebsumgebung: SystemZ Server (Forts.)

Softwarevoraussetzungen

- SUSE Linux Enterprise
 - Server 10 mit Service-Pack 1 für Power Systems und System z (64 Bit)
 - Server 11 für System z (64 Bit)
 - Red Hat Enterprise Linux
 - AS/ES 4 Update 6 für System z (64 Bit)
 - V5 Advanced Platform Update 1 für System z (64 Bit)
-

WebSphere Commerce – Express

Betriebsumgebung: Microsoft Windows

Hardwarevoraussetzungen

- IBM PC Server mit Pentium III- oder kompatibelem Prozessor mit mindestens 733 MHz
 - 1 GB RAM
 - 4 GB freier Plattenspeicherplatz
 - DVD-ROM-Laufwerk
 - LAN-Adapter mit TCP/IP-Protokollunterstützung
 - Grafikfähiger Bildschirm mit einer Anzeigeauflösung von 1024x768
-

Softwarevoraussetzungen (eine der folgenden Optionen)

- Windows Server 2003, Enterprise Edition mit Service-Pack 2 oder höher
 - Windows Server 2003, Standard Edition mit Service-Pack 2 oder höher
 - Windows Server 2008, Standard Edition
 - Windows Server 2008, Enterprise Edition
 - Windows Server 2008, Datacenter Edition
-

Betriebsumgebung: Linux auf Intel (SUSE oder Red Hat)

Hardwarevoraussetzungen

- IBM PC Server mit Pentium III- oder kompatibelem Prozessor mit mindestens 733 MHz
 - 2 GB RAM
 - 4 GB freier Plattenspeicherplatz
 - 1 GB Paging-Bereich pro Prozessor
 - DVD-ROM-Laufwerk
 - LAN-Adapter mit TCP/IP-Protokollunterstützung
 - Grafikfähiger Bildschirm mit einer Anzeigeauflösung von 1024x768
-

Softwarevoraussetzungen (eine der folgenden Optionen)

- SUSE Linux Enterprise
 - Server 9 mit Service-Pack 4 für Intel
 - Server 10 mit Service-Pack 1 für Intel
 - Server 11 für Intel
- Red Hat Enterprise Linux
 - V5 Advanced Platform Update 1 für Intel
 - AS/ES 4 Update 6 für Intel

Paketierung

WebSphere Commerce Professional und WebSphere Commerce Enterprise Version 7.0 auf DVD und CD-ROM

- WebSphere Commerce Quick Start, V7.0
- WebSphere Commerce, V7.0
- WebSphere Application Server Network Deployment V7.0 – Application Server (einschließlich Network Deployment), Network ISA, HTTP-Server und Plug-ins
- WebSphere Application Server, Edge Component V7.0
- Tivoli Directory Server V 6.2
- DB2 Enterprise Server Edition V9.5
- DB2 Workgroup Server Edition V9.5 (nur für 32-Bit-Linux)
- IBM Data Server Client V9.5

WebSphere Commerce – Express Version 7.0 auf DVD und CD-ROM

- WebSphere Commerce Quick Start, V7.0
 - WebSphere Commerce – Express V7.0
 - WebSphere Application Server – Express V7.0, Network ISA, HTTP-Server und Plug-ins
 - DB2 Express Edition V9.5
 - IBM Data Server Client V9.5
-



IBM Deutschland GmbH
IBM-Allee 1
71139 Ehningen
ibm.com/de

IBM Österreich
Obere Donaustrasse 95
1020 Wien
ibm.com/at

IBM Schweiz
Vulkanstrasse 106
8010 Zürich
ibm.com/ch

Die IBM Homepage finden Sie unter:
ibm.com

IBM, das IBM Logo, ibm.com, AIX, DB2, POWER, System z, Tivoli und WebSphere sind Marken der IBM Corporation in den USA und/oder anderen Ländern. Sind diese und weitere Markennamen von IBM bei ihrem ersten Vorkommen in diesen Informationen mit einem Markensymbol (® oder ™) gekennzeichnet, bedeutet dies, dass IBM zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dieser Informationen Inhaber der eingetragenen Marken oder der Common-Law-Marken (common law trademarks) in den USA war. Diese Marken können auch eingetragene Marken oder Common-Law-Marken in anderen Ländern sein. Eine aktuelle Liste der IBM Marken finden Sie auf der Webseite „Copyright and trademark information“ unter:

ibm.com/legal/copytrade.shtml

Intel, das Intel-Logo, Intel Inside, das Intel Inside-Logo, IntelCentrino, das Intel Centrino-Logo, Celeron, Intel Xeon, IntelSpeedStep, Itanium und Pentium sind Marken oder eingetragene Marken der Intel Corporation oder deren Tochtergesellschaften in den USA und/oder anderen Ländern.

Java und alle auf Java basierenden Marken und Logos sind Marken von Sun Microsystems, Inc. in den USA und/oder anderen Ländern.

Linux ist eine eingetragene Marke von Linus Torvalds in den USA und/oder anderen Ländern.

Microsoft, Windows, Windows NT und das Windows-Logo sind Marken der Microsoft Corporation in den USA und/oder anderen Ländern.

Weitere Unternehmens-, Produkt- oder Servicennamen können Marken anderer Hersteller sein.

Vertragsbedingungen und Preise erhalten Sie bei den IBM Geschäftsstellen und/oder den IBM Business Partnern. Die Produktinformationen geben den derzeitigen Stand wieder. Gegenstand und Umfang der Leistungen bestimmen sich ausschließlich nach den jeweiligen Verträgen.

Der Inhalt dieser Dokumentation dient nur zu Informationszwecken und wird auf der Grundlage des gegenwärtigen Zustands (auf „as-is“-Basis) ohne jegliche Gewährleistung zur Verfügung gestellt. Darüber hinaus basieren diese Informationen auf der aktuellen Produktplanung und -strategie von IBM, die sich jederzeit ohne Vorankündigung ändern kann. Die oben genannten Erklärungen bezüglich der Produktstrategien und Absichtserklärungen von IBM stellen die gegenwärtige Absicht von IBM dar, unterliegen Änderungen oder können zurückgenommen werden und repräsentieren nur die Ziele von IBM. Aus dem Inhalt dieser Dokumentation können kein Gewährleistungsanspruch oder andere Anforderungen an IBM (oder seine Lieferanten oder Lizenzgeber) abgeleitet werden, noch kann der Inhalt eine Änderung der Bedingungen der geltenden Lizenzvereinbarung, der die Nutzung der IBM Software unterliegt, bewirken.

IBM Kunden sind für die Einhaltung der geltenden Gesetze und Verordnungen selbst verantwortlich. Es obliegt allein dem Kunden, sich von kompetenter juristischer Stelle zu Inhalt und Einhaltung aller relevanten Gesetze und gesetzlichen Bestimmungen beraten zu lassen, die sich auf seine Geschäftstätigkeit und alle Maßnahmen des Kunden auswirken können, die dieser im Hinblick auf die Einhaltung solcher Bestimmungen durchführen muss.

© Copyright IBM Corporation 2009
Alle Rechte vorbehalten.

WSD14081-DEDE-00