

Multimedia im elektronischen Bestellwesen

Der Begriff Multimedia als Überbegriff für die Integration von Text, Bild, Ton und Video findet zunehmend Eingang in die verschiedensten Klassen von EDV-Applikationen. Der elektronische Produktkatalog vermittelt bereits einen Eindruck dieses Anwendungsspektrums. Für Hardwarehersteller ist dies eine sehr willkommene Entwicklung, da eine neue Leistungsklasse sowohl bezüglich Rechenleistung als auch im Hinblick auf Speicherbedarf erforderlich wird, die bei vernünftiger Antwortzeit ein Arbeiten mit digitalisiertem Ton, Bild und Video erlaubt.

Wesentliche Stütze dieser Entwicklung ist sicher die CD-ROM als multimedialer Datenträger respektive die rasante

* Von Peter C. Rudin,
Multimedia Application Center AG

Zunahme der mit CD-ROM-Laufwerken ausgerüsteten PCs und MACs. Im weiteren bietet die flächendeckende Implementierung von ISDN die Möglichkeit der Übermittlung multimedialer Dateien (z.B. Photos, Pläne etc.) zu attraktiven Konditionen. Eine weitere, sehr wesentliche Stütze von Multimedia ist die de facto Etablierung von Standardformaten zur Darstellung multimedialer Daten. Beispiele dafür sind KODAK-Photo-CD, Quicktime, Video for Windows, CD-I etc. Die Vielfalt dieser Formate stiftet zwar noch etliche Verwirrung, ihre Positionierung wird jedoch klar, wenn eine Multimedia-Applikation in ein definiertes Marktsegment getragen werden soll.

c) *Point-of-Sale* (Informationskioske, z.B. an Flughäfen, Autobahnraststätten, Banken, etc.)

d) *Navigation/Retrieval* (Abfrage von multimedialen Datenbanken, z.B. Bildarchiv, etc.)

Sowohl c) als auch d) bezeichnen Multimedia-Anwendungen, die als Frontend eines elektronischen Bestellwesens eingesetzt werden können. Während die 'Point-of-Sale'-Applikation vor allem bei der Gestaltung der Benutzeroberfläche auf den EDV-Laien Rücksicht nehmen muss, steht bei Navigation/Retrieval die Datenbankproblematik im Vordergrund. Typischerweise wird hier eine Client-Server Umgebung von EDV-kundigem Personal benutzt.

Multimediales Bestellwesen

Voraussetzung für den sinnvollen Einsatz von Multimedia im Bestellwesen ist

feld, als dies beispielsweise mit Videotext möglich ist.

- Als Alternative zum on-line ISDN-Zugriff auf einen multimedialen Frontendrechner kann der Produkteanbieter seinem Kundenkreis auch eine gepresste Katalog-CD zu sehr interessanten Kosten zustellen (geringeres Gewicht, 'lebendiger' Katalog dank Video, Presskosten ca. sFr. 3.- bei Auflagen ab 1'000 CDs).
- In beiden obengenannten Fällen ist die Möglichkeit gegeben, dass der Kunde selber einen elektronisch lesbaren Auftrag formuliert und diesen an den Logistikrechner übermittelt. Dank dem Einsatz von Fotos zur Artikeldefinition wird die Gefahr einer Fehlbestellung reduziert. Andererseits ist anzunehmen, dass ein Unternehmen - Produkteignung vorausgesetzt - sich einen wesentlichen Marktvorteil verschaffen kann, wenn es seinen Kunden ein Multimedia-Bestellwesen anbietet. Als Möglichkeiten bieten sich CD-ROMs als Katalogersatz, ISDN-Verbindungen zum Multimedia-Rechenzentrum oder die Kombination beider Trägertechniken.

Konsequenzen und Ausblick

Angesichts der Funktionalitäten elektronischer Produktkataloge (vgl. Abb. 1) kann der Multimediaeinsatz neben der operativen Verbesserung des Bestellwesens auch eine Veränderung der Distributionsstruktur bewirken. In gewissen Fällen muss die Frage nach Sinn und Positionierung des Zwischenhandels gestellt werden. So werden visuell gut darstellbare Produkte mit hohem Margendruck wahrscheinlich zunehmend vom Distributor direkt an den Endkunden verkauft. Zur Ausnutzung dieser Potentiale hat das Multimedia Application Center bereits einige Pilotprojekte realisiert: ein Software-Katalog wurde auf CD produziert, zur Zeit entsteht ein CD-Katalog über Musik-CDs. In Kürze beginnt ferner die Arbeit an einem umfangreichen Touristik-Projekt. Bei allen Projekten zeigt die gewonnene Erfahrung folgendes:

- Das Kundensegment muss klar definiert werden.
- Drehbuch und Informatikkonzept (Navigation) müssen gut aufeinander abgestimmt sein.
- Die Verwendung der multimedialen Bausteine (Bild, Ton, Video) verlangt klare Kommunikationskonzepte. ■

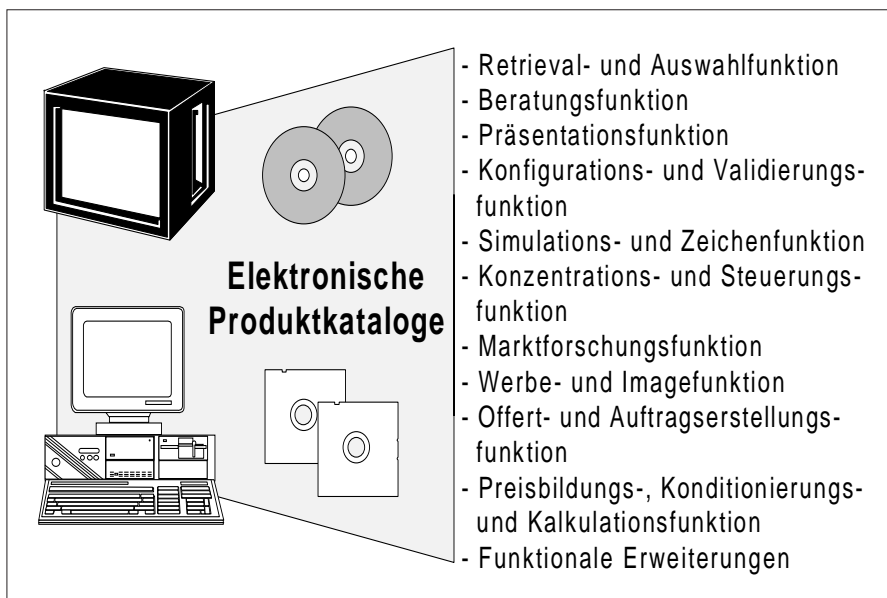


Abb. 1: Mögliche Funktionalitäten von elektronischen Produktkatalogen

Applikationsklassen

Grundsätzlich kann Multimedia in vier Applikationsklassen unterteilt werden:

- a) *Unterhaltung* (Spiele, Reisepräsentation, Musikpräsentation, etc.)
- b) *Computer-Based-Training* (Interaktive multimediale Lernprogramme)

die Vereinfachung der Produktwahl durch die Verwendung von Fotos, Ton und Video. In diesem Sinne wird Multimedia eine echte Alternative zum klassischen Produktkatalog und zwar aus folgenden Gründen:

- Der Kunde 'navigiert' sich elektronisch zum gewünschten Produkt in einem weitaus benutzerfreundlicheren Um-

* Peter C. Rudin ist Geschäftsführer der Multimedia Application Center AG (M.A.C.) in Zürich.