

NEWS

Frage: Nutzen Schweizer Unternehmen alle Potenziale im Bereich E-Business?

Antwort: Nur zum Teil – während die Schweiz in manchen E-Commerce-Feldern sehr stark ist, liegen beispielsweise bei E-Government Potenziale noch brach.

E-BUSINESS ALS ERFOLGSFAKTOR

E-Business als Ausführung von Geschäftsprozessen mit Hilfe von Informations- und Kommunikationstechnologie boomt wie noch nie. Auch in der Schweiz. „Elektronische Geschäftsprozesse innerhalb und zwischen den Unternehmen sind in der Schweiz bereits sehr gut ausgeprägt und auch der Einsatz von mobilen Endgeräten erfreut sich sehr grosser Beliebtheit“, weiss Thomas Lang, Inhaber der Carpathia Consulting. Vernetzte IT-Systeme ermöglichen dabei Optimierungen – ob für Konzerne oder Kleinunternehmen. Gerade KMU setzen stark auf diese Möglichkeit, Geschäftsprozesse reibungsloser zu gestalten.

E-Commerce ist Schweizer Trumpf

Stark zeigt sich die Schweiz im Bereich des E-Commerce, einem Teilbereich des E-Business. Im Handel von Waren und Dienstleistungen über elektronische Medien, wie dem Internet, wurden laut einer Studie der Universität St. Gallen in der Schweiz im Jahr 2010 rund 8,68 Milliarden Franken Umsatz erzielt. Im Onlineverkauf von Lebensmitteln darf sich die Schweiz laut Lang hinter England gar als Vize-Weltmeister rühmen. Und Prognosen sagen einen weiter wachsenden Markt voraus. Kein Wunder, denn: „E-Commerce-Portale bieten einen Überblick über verschiedene Produkte und deren Vergleichsmöglichkeiten“, sagt Lang.

Gesamtkonzept muss passen

Die eingesetzten Technologien entwickeln sich dabei rasend schnell weiter.



Thomas Lang
Geschäftsführer und Inhaber der Carpathia Consulting GmbH, einer unabhängigen und neutralen Unternehmensberatung für E-Business und E-Commerce.

«E-Commerce-Portale bieten einen Überblick über verschiedene Produkte und deren Vergleichsmöglichkeiten.»

Bilder- und Video-Integration spielt vor allem bei E-Commerce eine wichtige Rolle. Auch soziale Aspekte wie der direkte Austausch zwischen Kunden sind nicht wegzudenken. „Durch Social-Commerce-Elemente wie Empfehlungen und Bewertungen steigt die gefühlte Sicherheit, den richtigen Kauf zu tätigen“,

erklärt Lang. Und die Komplexität steigt: Unternehmen sollten sich bewusst sein, dass Kunden mehrere Kanäle benutzen, bis der Kaufentscheid fällt. „Daher muss man auf allen Kanälen nicht nur präsent sein, sondern sicherstellen, dass sich diese gegenseitig unterstützen“, bringt es Lang auf den Punkt. Das zeigt, welcher Aspekt bei E-Business ein starker Erfolgsfaktor ist: Erst mit Experten individuell erarbeitete Gesamtkonzepte bringen den erwarteten Mehrwert.

Fachmessen bringen Impulse

Einen wichtigen Beitrag zur Etablierung und Entwicklung innovativer Schweizer Unternehmen im E-Business-Bereich leisten die beiden Messen One und Topsoft. „One positioniert sich als Schweizer Fachmesse für Internet, E-Commerce, Social-Media und Online-Marketing. Dabei sorgt ein innovatives Ausstellungs-konzept für eine übersichtliche Präsentation sämtlicher Komponenten entlang der Internet-Wertschöpfungskette“, erklärt Mitinitiant Lang. Der Kunde soll im Fokus stehen und an einem Termin und Ort das Zusammenspiel der verschiedenen Disziplinen für erfolgreiches E-Business antreffen. Zeitgleich findet die IT-Fachmesse Topsoft statt. „An der Messe werden IT-Lösungen, -Services und zugehörige Infrastruktur präsentiert, die sich eng am Bedarf kleiner und mittelständischer Unternehmen orientieren.“

Impulse soll dabei der Swiss E-Commerce Award setzen. Er wird in diesem Jahr im Rahmen der One am 9. Mai erstmals verliehen. „Wir haben den Award lanciert, da es in dieser Richtung keine

Messlatten für die Branche gibt, das Bedürfnis jedoch klar vorhanden ist“, erklärt Lang. So kann sich denn jeder Online-Shop aus der Schweiz oder aus dem Ausland, der 2012 in die Schweiz verkauft und über eine ch-Domäne verfügt, anmelden.

Potenziale nutzen

Alles gut? „Nein!“ meint Thomas Lang. Er ortet verschiedene Bereiche, in denen in der Schweiz Potential noch ausgeschöpft werden kann. Grössere Veränderungen erwartet er in den nächsten Jahren etwa im gesamten E-Government Bereich, also der elektronischen Abwicklung von Geschäften, die mit Behörden zu tätigen sind. „Auch das ist E-Business“, so Lang. „Hier sind in der Schweiz noch deutliche Defizite gegenüber dem Ausland auszumachen. Nicht ganz unschuldig dabei ist wohl unsere föderalistische Struktur.“

Daneben weht Schweizer Anbietern bei E-Commerce ein rauer Wind entgegen. „Bisher war die Schweiz nicht besonders attraktiv für ausländische Anbieter“, so Lang. Zu sehr haben Zollformalitäten, Währungsabsicherungen und auch die Mehrsprachigkeit abgeschreckt. Veränderte Bedingungen ermöglichen immer mehr Unternehmen aus dem Ausland, den Schweizer Markt zu erobern. Für hiesige Anbieter gilt es, mit eigenen Innovationen zu punkten.

ANNA BIRKENMEIER
redaktion.ch@mediaplanet.com



topsoft.ch

one-schweiz.ch

openexpo.ch

topsoft
Messe für Business Software

Alles über Business Software: Lösungen, Anbieter, Services und Beratung – dazu Live Events, Themenparks und Fallstudien.
topsoft – die interaktive Business Software Plattform mit konkretem Anwendernutzen.

ONE
one place for web business

Als Orientierungshilfe für E-Commerce, Social Media und Online-Marketing sorgt die ONE für effiziente Geschäftsprozesse im Internet.
ONE – der Schweizer Online-Markt auf einen Blick mit über 100 Fachreferaten.

OpenExpo

Professionelle Open Source Lösungen für Unternehmen, Schulen und Behörden stehen im Zentrum der OpenExpo. Erfahrene Experten präsentieren konkrete Anwendungen und vermitteln Know-how für erfolgreiche Projekte.

3 Events, 2 Tage, 1 Termin: **9./10. Mai 2012 | Messe Zürich**

blogWERK

IFJ

SWISS E-COMMERCE
AWARD

carpathia
e.business.competence

INTERNET-BRIEFING.CH

DIGICOMP

SAFFOS