

# eXperience: Feuertaufe bestanden – folgt Fortsetzung?

Der E-Business-Kongress eXperience der FHBB war ohne Orbit viel erfolgreicher und hat das Zeug, sich zum fixen Termin im dichten ICT-Eventkalender zu mausern. *Thomas Brenzikofer*

Unter Journalisten gibt es das Bonmot: «Je üppiger das Buffet und je spektakulärer der Veranstaltungsort, umso belangloser die gebotenen Informationen.» Nun, auch eXperience folgte diesem ungeschriebenen Gesetz – allerdings mit umgekehrten Vorzeichen. Die Informationen waren

die Bühne gingen. Damit hatte der Besucher – und auch der Schreiber dieser Zeilen – die Qual der Wahl: Am Morgen entweder B2B-Integration oder CRM und am Nachmittag entweder elektronische Rechnungsabwicklung oder Corporate Performance Management.

basierten Vertriebsunterstützung und zur elektronischen Rechnungsstellung und Bezahlung.

Die Frage ist natürlich: Macht das auch ökonomisch Sinn? Hierzu runzelte Thomas Myrach, Professor an der Universität Zürich und Fachreferent der Session «B2B-Integration», zunächst die Stirn: Medienbrüche seien zwar unelegant, aber mitunter immer noch günstiger. Allerdings lohne es sich, neben der reinen Kostenrechnung auch die nur schwer quantifizierbaren strategischen Gesichtspunkte in Erwägung zu ziehen. «Was geschieht, wenn ich es nicht tue», so die Schicksalsfrage vieler KMUs.

Noch würden oder müssten sich erst wenige Unternehmen diese Schicksalsfrage stellen, meinte Walter Dettling, IAB-Vorsteher (und designierter Leiter des Wirtschaftsdepartements an der FHBB), in seinem Abschlussreferat. Dabei berief er sich auch auf die Ergebnisse des Netzports<sup>5</sup> und plädierte dafür, den Weg vom Business ins E-Business in kleinen, wohl überlegten Schritten zu gehen.

Eine Methode, welche die FHBB auch in Bezug auf ihr eXperience-Projekt anzuwenden scheint. So wollte man sich nicht festlegen, ob der Event nächstes Jahr wieder stattfinden wird. Man werde jetzt erst einmal das Feedback von Besuchern und Sponsoren auswerten, hiess es. Immerhin wies Dettling die Teilnehmer an, beim Hinausgehen ihre Ansteckkärtchen abzugeben («Vielleicht können wir die ja mal wieder brauchen»), was doch als erster kleiner Schritt zu werten ist.



Lunchtime im Atrium der FHBB

happig, die Ambiance zweckdienlich, aber Hunger musste trotzdem niemand leiden. Branchen-Events durchzuführen gehört natürlich nicht unbedingt zur Kernkompetenz des Instituts für angewandte Betriebsökonomie (IAB) der Fachhochschule beider Basel (FHBB). Dafür war bislang auch die Orbit zuständig, die in den vergangenen Jahren eXperience Gastrecht bot. Mit der Verschiebung der fusionierten Orbit/iEX auf den Frühling sah man sich jedoch gezwungen, das Heft selbst in die Hand zu nehmen. Und siehe da: Die Veranstaltung verzeichnete mit über 200 Gästen rund doppelt so viele Teilnehmer wie im vergangenen Jahr.

«Wir wollen eine Plattform bieten für den Austausch zwischen Unternehmen, die bereits ein E-Business-Projekt abgeschlossen haben, und solchen, die eines in Angriff nehmen wollen», brachte Petra Schubert, Konferenzleiterin und Research Director E-Business am IAB, Sinn und Zweck der Veranstaltung auf den Punkt. Kern der Veranstaltung waren die insgesamt neun vorgestellten Fallstudien, verteilt auf vier Sessions, wobei jeweils zwei parallel über

Doch was ist eine Veranstaltung ohne Keynote-Speaker? Eben. Diese Rolle wurde Jeannine Pilloud, Ex-CIO bei Bon appétit und heute General Manager Systems Integration bei T-Systems, zugedacht. Aus ihren – streckenweise vielleicht etwas gar allgemeinen – Ausführungen konnte man immerhin zwei Punkte in die folgenden Sessions mitnehmen: a) dass die IT schon eine 35-jährige Geschichte hinter sich hat, was enormes Potenzial für die Zukunft verspricht, und b) dass heute vieles im E-Business möglich und selbstverständlich geworden ist, was vor zehn Jahren noch als revolutionär gegolten hat.

Wie wahr vor allem der zweite Punkt ist, bewies dann auch die durchdachte Auswahl der Fallstudien. Sie veranschaulichten, wie die damals ungehaltenen Versprechen aus dem E-Hype alles Totreden überstanden haben und bereits tatkräftig in die Realität umgesetzt wurden. So ist es heute möglich, sämtliche Prozesse entlang der Wertschöpfungskette zu digitalisieren, von der Onlineanbindung der Lieferanten übers interne Corporate Performance Management bis hin zur web-



Parallel zur eXperience hat das IAB der FHBB ein **Fachbuch** erstellt, das eine Auswahl der über 200 auf der gleichnamigen Online-Wissensplattform publizierten Fallstudien enthält: Schubert, Petra, Ralf Wölfle und Walter Dettling (Hrsg.): **E-Business mit betriebswirtschaftlicher Standardsoftware**. Einsatz von Business Software in der Praxis, München/Wien: Hanser Verlag, 2004. <http://experience-de.fhbb.ch>

## Impressum

### netzwoche

Unabhängige Schweizer Wochenzeitung für ICT und E-Business

ISSN 1424-2397  
Offizielles Publikationsorgan der simsa (Swiss Interactive Media and -Software Association)

© 2004 Netzmedien AG  
Die Wiedergabe von Artikeln, Bildern und Inseraten, auch auszugsweise oder in Ausschnitten, ist nur mit Genehmigung des Verlags erlaubt.  
**Pressemittelungen ausschliesslich an: desk@netzwoche.ch**

**Verlag und Redaktion**  
Netzmedien AG, Zwingerstrasse 12  
Postfach, 4002 Basel  
Tel. 061 366 63 63  
Fax (Verlag) 061 361 03 03  
E-Mail: info@netzwoche.ch  
Internet: www.netzwoche.ch  
Tägliche News: www.netzwocheticker.ch  
Sie erreichen alle Mitarbeiter telefonisch unter **061 366 63** + jeweilige Endziffer.

**Herausgeber**  
heinrich.meyer@netzwoche.ch (+31)  
**Chefredaktor**  
thomas.brenzikofer@netzwoche.ch (+32)  
**Stv. Chefredaktor**  
alessandro.monachesi@netzwoche.ch (+67)

**Redaktion**  
michael.fritschi@netzwoche.ch (+64)  
felicitas.graf@netzwoche.ch (+62)  
david.schlatter@netzwoche.ch (+70)  
sandra.steiner@netzwoche.ch (+61)  
christian.weishaupt@netzwoche.ch (+65)

**Chef vom Dienst**  
tilo.richter@netzwoche.ch (+66)

**Produktion/Grafik/Web**  
christian.schaffner@netzwoche.ch (+21)  
rolf.schlumpf@netzwoche.ch (+21)

**Administration**  
yvonne.meier@netzwoche.ch (+11)

**Gestaltung/Publishing Internet**  
Netzwoche  
**Gestaltung/Produktion Print**  
Netzwoche  
**Druck**  
Reinhardt Druck Basel

**Verlagsmarketing**  
daniel.veuillet@netzwoche.ch (+29)  
**Anzeigenmarketing**  
Netzmedien AG, Zwingerstrasse 12  
Postfach, 4002 Basel  
Tel. 061 366 63 80, Fax 061 361 03 03  
E-Mail: inserate@netzwoche.ch  
Key Account und Sales:  
Peter Hugelshofer

**Aboservice**  
Netzwoche-Leserservice  
Tel. 061 264 64 50, Fax 061 264 64 86  
E-Mail: abo@netzwoche.ch

**Abonnementspreise**  
Jahresabonnement CHF 139.–  
Studentenabonnement CHF 84.–  
Juniorabonnement CHF 20.–  
Weitere Informationen:  
www.netzwoche.ch  
Erscheinungstag Mittwoch  
46 Ausgaben pro Jahr

**Abohotline**  
Tel. 061 264 64 50  
Fax 061 264 64 86