

# Vom Spagat zwischen Flexibilität und Automatisierung

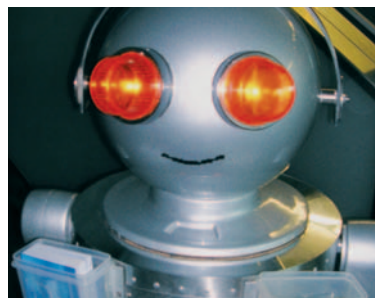
Wenn KMUs heute Business-Software-Lösungen einführen, reagieren sie meistens auf äussere Sachzwänge. Der eXperience Event 2005 zeigte Wege auf für ein lokales Agieren im globalisierten Wettbewerb. *Michael Fritschi*

Integrierte Geschäftsprozesse mit Business-Software, oder: Der Titel ist Programm. Am nun bereits sechsten E-Business-Kongress der Fachhochschule beider Basel (FHBB) wurde über betriebswirtschaftliche Innovationen mit Unterstützung durch Business-Software orientiert. In vier thematischen Sessions, die ein Spektrum vom E-Shop-ERP bis zur Integration der externen Service-Mitarbeiter abdeckten, wurden dem Publikum jeweils je zwei Fallstudien präsentiert.

Diese werden am eXperience-Event nicht im klassischen Referatsmonolog, sondern als Dialog zwischen einem Fachexperten und einem Exekutiv-Mitglied der Anwenderfirma vorgetragen. Langfädigem Firmenlob und eintönigem Ablesen von der Folienvorlage wird so ein wirksamer Riegel geschoben. Die Informationen und Referate kommen beim Zuhörer lebendiger und «integriert» an.

## Die «eXperience-Methode»

Ebenfalls zur «eXperience-Methode» gehört, dass die Wissensvermittlung auf drei Ebenen erfolgt: Über die Konferenz, über das frisch aufgelegte gleichnamige Buch und über die Online-Datenbank eXperience. «Es ist



Sogar dieser Besucher war glücklich, dass das Catering nicht vom SV-Service kam

unser Ziel, Lösungskompetenz zu vermitteln zwischen dem Business und der Softwareindustrie», sagt Ralf Wölfle, Leiter des Kompetenzzentrums IT-Management/E-Business an der FHBB. Gezeigt werden in Basel keine «Nice to have»-Lösungen, schon eher



Die «eXperience-Methode»: Fallstudien werden im Dialog vorgetragen – so wie hier von Pascal Sieber und Markus Kick

«Must have»-Lösungen. Zum Beispiel werden Lieferanten aus dem Detailhandel immer öfter von den Grossverteilern gezwungen, an deren elektronische Supply-Chain-Infrastrukturen anzudocken, wenn sie ihre Aufträge nicht verlieren wollen. In der Session «SCM-Lösungen in der Lebensmittelbranche» zeigte sich dies bei beiden Beispielen. «Die IT ist ganz klar Mittel zum Zweck», erklärte Mirko Baldi, CFO des Produzenten von Convenience- und Tiefkühlprodukten Fresh & Frozen Food. Der Auslöser seines Projekts war Coop mit der Forderung nach EDI- und SSCC-Datenübermittlung für die Bestellprozesse. «Es ist schwierig, mit den Grossen Schritt halten zu können», beschied auch Markus Kick, Geschäftsleiter des Teigwarenherstellers Pasta Premium. «Sie nehmen keine Rücksicht auf das KMU-Umfeld.» Während im einen Fall die Wahl auf eine Standard-Kommunikationslösung fiel, wurde im anderen Fall eine individuelle EDI-Schnittstelle eingerichtet.

## E-Business macht glücklich

Die acht Präsentationen zeigten trotz Diversität einige Parallelen. Etwa, dass die Lösungen selten auf der Basis von klar abgegrenzten Rentabilitätsrechnungen eingeführt wurden. Oder dass sich die meisten Anwender zufrieden zeigen, den Schritt ins E-Business gewagt zu haben.

Zufrieden war auch Ralf Wölfle: «Der Event ist auf allen Ebenen gut gelaufen. Alle vier Sessions waren mit je 80 bis 90 Zuhörern gut belegt.» Die rund 200 Anmeldungen liegen im Rahmen

des Vorjahrs, als der Kongress zum ersten Mal von der Fachhochschule autonom durchgeführt wurde. Damit hat sich die Besucherzahl beinahe verdoppelt, seit der Kongress nicht mehr als «Nebenprogramm» der IT-Messe Orbit durchgeführt wird. «Wenn die Orbit damals nicht abgesagt worden wäre, hätten wir uns wahrscheinlich nicht getraut, den Anlass selbst durchzuführen», sagt Wölfle. In dem Sinn ähnelt das Schicksal des FHBB-Kongresses sogar jenem der KMUs, die hier ihre Fallstudien vorstellten. Ohne äusseren Druck wäre alles beim Alten geblieben und Fortschritte hätten sich kaum erzielen lassen.

## Für einmal nicht SV-Service

Einen guten Eindruck hinterliess auch das Catering durch die Hotelfachschule Belvoirpark Zürich. «Ein gutes Beispiel, wie sinnvoll partnerschaftliche Zusammenarbeit unter Schulen sein kann», so Wölfle. «Die Hotelfachschule hatte ihr Praxisprojekt, und wir wurden organisatorisch stark entlastet.» Und jede Verpflegung, die nicht vom allgegenwärtigen SV-Service kommt, ist eine höchst willkommene Verbesserung – sagte ein anwesender Gaumenfreund.

Einen kleinen Wermutstropfen gab es dennoch. Ausgerechnet die KMU-Vertreter waren nicht in der erhofften Zahl erschienen. «Viele der anwesenden Entscheider arbeiten für grössere Unternehmen», berichtet Wölfle. «Wir werden uns für den nächsten Anlass nun gut überlegen, wie wir die KMU-Vertreter besser ansprechen können.»

## Impressum

### netzwoche

Unabhängige Schweizer Wochenzeitung für ICT und E-Business

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

© 2005 Netzmedien AG  
Die Wiedergabe von Artikeln, Bildern und Inseraten, auch auszugsweise oder in Ausschnitten, ist nur mit Genehmigung des Verlags erlaubt.  
**Pressemittellungen 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

heinz.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)  
alexander.mueller@netzwoche.ch (+70)  
sandra.steiner@netzwoche.ch (+61)  
christian.weishaupt@netzwoche.ch (+65)

#### Freier Mitarbeiter

patrick.zoll@netzwoche.ch

#### Chef vom Dienst

tilo.richter@netzwoche.ch (+66)

#### Produktion/Grafik/Layout/Web

christian.schaffner@netzwoche.ch (+21)  
rolf.schlumpf@netzwoche.ch (+21)

#### Administration/Buchhaltung

yvonne.meier@netzwoche.ch (+11)

#### Backoffice

Monica Frischknecht

#### Gestaltung/Publishing Internet

Netzwoche

#### Gestaltung/Produktion Print

Netzwoche

#### Druck

Reinhardt Druck Basel

#### Verlagsmarketing/Web

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

#### Abonnementspreise

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

#### Aboservice

**E-Mail: abo@netzwoche.ch**

**Tel. 061 264 64 50**

**Fax 061 264 64 86**