
Pressemitteilung Basel, 17. September 2008, Zeichen: 6035 inkl. Leerzeichen

eXperience Event 2008: Orientierung am Kundennutzen

Knapp 200 Teilnehmerinnen und Teilnehmer informierten sich über neun Lösungen, in denen Unternehmen Wettbewerbsvorteile durch den Einsatz von Business Software erreicht haben. Das Competence Center E-Business Basel der FHNW gliederte sie in die vier Themen „Internationaler Verkauf“, „Performance im Handel“, „Kundennutzen mit Kundendaten“ und „Business Process Outsourcing“.

Tagungsleiter Prof. Ralf Wölfle von der Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW berichtete einleitend, dass Fallstudien für das Thema Kundennutzen durch Business Software nicht ganz einfach zu finden waren. Dr. Petra Schubert, Professorin für Wirtschaftsinformatik an der Universität Koblenz-Landau griff das auf, in ihrer Keynote stellte sie die Frage, ob es überhaupt möglich sei, Wettbewerbsvorteile durch den Einsatz von Business Software zu erzielen. Mit Bezug auf die Studienreihe Netzreport 2005 bis 2008 und durch Analyse der eXperience Fallstudien aus den Jahren 2000 bis 2008 lautete die Antwort schliesslich „Ja“! Dass es dabei keine einheitliche Erfolgsformel geben kann, liegt auf der Hand: nur eine Unterscheidung vom Wettbewerb kann einen Wettbewerbsvorteil ausmachen. Immerhin: alle präsentierten Funktionen und Prozesse dienen dazu, in den wertvollen Momenten des Kundenkontakts noch kompetenter aufzutreten.

In der ersten Session «Markenprodukte im Ausland verkaufen» wurde thematisiert, welche organisatorischen Hürden genommen und welche Komplexität bewältigt werden muss, wenn man seine Produkte in anderen Ländern verkaufen will. Olivier Richner zeigte, wie Scott Sports von Fribourg aus Vertriebs- und Logistikprozesse weltweit steuert. Für die globale Annahme von Bestellungen der Distributoren und Wiederverkäufer stellt Scott Sports einen E-Shop bereit. In diesem werden zu jedem Produkt die aktuellen und geplanten Verfügbarkeiten aller Produktvarianten angezeigt. Diese Informationen erlauben es den Abnehmern nicht nur schneller zu disponieren, sie entlasten auch die Mitarbeitenden im Customer Service. Um es Scott Sports gleich zu tun, war bei Freitag Taschen ein organisatorischer Generationenwechsel notwendig, den Filippo Castagna erläuterte. Jede einzelne LKW-Plane und jede Freitag Tasche werden durch den ganzen Herstellungs- und Vertriebsprozess als Unikate verwaltet und mit Bildern versehen.

In das Thema «Performance im Handel» der zweiten Session wurde durch Felix Honegger von BPMC eingeführt. Für die Erzielung einer hohen Performance müssen in erster Linie die internen Prozesse durch Business Software perfekt unterstützt werden. Alle Informationen und Funktionen müssen prozessorientiert zur Verfügung stehen und so vereinheitlicht werden, dass ein grosser Anteil der Geschäftsvorfälle automatisiert abgearbeitet werden kann. Im IT-Versandhandel wird auf diese Art und Weise bereits eine besonders hohe Performance erreicht, was Bernhard Gysi von ARP Datacon und Michael Taraba von Rotronic aufzeigten. In dieser Branche haben sich bereits einige Standards für den Austausch von Geschäftsdokumenten und Daten etabliert. Trotzdem bleibt die Aufbereitung von Produktdaten aufwendig, insbesondere dann, wenn man sich gerade mit ihnen im Wettbewerb unterscheiden will.

Welcher Nutzen mit Kundendaten erzeugt werden kann, erklärte PD Dr. Christiane Okonek von rbc Solutions in der dritten Session zum Thema «Mit Kundendaten mehr Nutzen erzeugen». Im Vordergrund steht auch hier wieder der Kundennutzen. Denn erst wenn der Kunde einen Nutzen in der Auswertung seines Profils sieht, dann erlaubt er auch die Verwendung für neue Funktionen. Unter Moderation von Prof. Dr. Uwe Leimstoll wurden ihre Thesen durch Esther Peterhans von kdmz und Ines Bohacek Rothenhäusler von buch.ch praktisch untermauert.

Die vierte Session zum Thema «Anbieter und Kunden arbeiten mit einem IT-System» brachte zutage, dass Business Process Outsourcing (BPO) dann stattfindet, wenn zwischen Anbieter und Kunden eine Vertrauensbeziehung besteht. Prof. Christian Tanner von der FHNW zeigte, dass gemeinsam genutzte IT-Plattformen dabei ein hervorragendes Kundenbindungsinstrument darstellen. Z.B. können Treuhandunternehmen ihren bestehenden Kunden mit einer internetbasierten Buchhaltungsplattform Zusatzdienstleistungen im Bereich Buchführung anbieten. Nicht verwunderlich, dass Markus Helbling von BDO Visura über die Erfolge seiner BPO-Lösung Internet-Treuhänder berichten konnte: Seit der Einführung des Systems konnten viele bestehende Kunden und eine beachtliche Anzahl Neukunden dafür gewonnen werden. Urs Leimgruber von swisspayroll präsentierte dem Publikum mit seiner Lösung für HR Prozesse ähnliche Erfolge.

In der abschliessenden und mit dem Schweizer Branchenverband simsa ausgerichteten Podiumsdiskussion wurde engagiert und unterhaltsam über Software-Bezugsformen gestritten. Vier Vertreter gaben dem Publikum ihre gegensätzlichen Standpunkte zum Besten: Für Beat Bussmann soll lizenzierte Standardsoftware auch in Zukunft erste Wahl bleiben, Opacc Software wolle etwa durch Aufwärtskompatibilität dazu beitragen. Stephan Sieber sieht mehrere Bezugsformen nebeneinander, weshalb SAP nach dem Konzept des «Software as a Service» auch Funktionalität über das Internet bereitstellen will. Bruno von Rotz leistet mit Optaros Schweiz Open-Source-Lösungen Vorschub, weil Standardlösungen viele Fälle nicht ökonomisch abdecken können. Franz Josef Weiper von Ramco Systems, geht noch einen Schritt weiter: Mündigen Kunden empfiehlt er Prozessplattform-Technologien.

Der eXperience Event 2008 spiegelte ein klares Bedürfnis der Anwender wider, von den Erfahrungen bereits realisierter IT- und E-Business-Projekte zu profitieren. Die Besonderheit des eXperience Events liegt in der Vorstellung einheitlich aufbereiteter «Fallstudien», die in Interviews mit den jeweiligen Projektverantwortlichen vorgestellt werden. Mit dem gleichen Titel wie die diesjährige Konferenz erschien das neunte Buch dieser Reihe im Hanser Verlag: «Wettbewerbsvorteile in der Kundenbeziehung durch Business Software».

Kontakt Daten:

Michael Quade

T +41 61 279 17 92

Mail: michael.quade@fhnw.ch