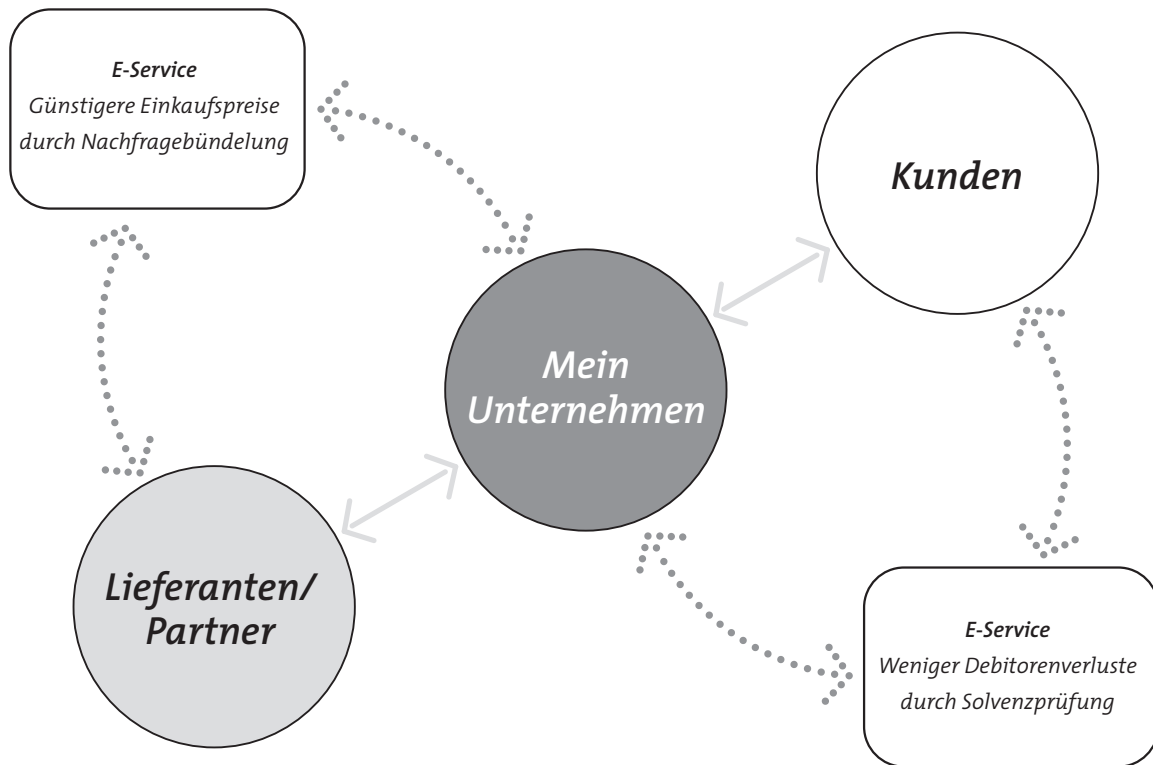


Christian Tanner, Ralf Wölfle

E-Services

Von welchen internetbasierten Diensten kann Ihr Unternehmen profitieren?



Fachhochschule beider Basel
Institut für angewandte Betriebsökonomie
Leading House der **ECademy**^{CH}
© 2001

Publikation unterstützt durch:

1 E-Services – ein pragmatischer Lösungsansatz zum E-Business

Die Anforderungen an eine effizientere Informationsverarbeitung in den Unternehmen steigen. Das Angebot an unterstützenden Technologien und Dienstleistungen wächst und mit ihm die Unübersichtlichkeit. Wie können Potenziale der Informationstechnologien erschlossen werden, ohne dass man sich auf unkalkulierbare Experimente einzulassen braucht?

Die Frage Make or Buy stellt sich auch im E-Business. Zunehmend stellen spezialisierte Anbieter professionelle Lösungsbausteine zur Nutzung über das Internet zur Verfügung. Der Einsatz solcher Module ermöglicht Unternehmen den schnellen Zugang zu Funktionen und dem in den Prozessen vorhandenen Know-how, ohne sich selbst um die Infrastruktur kümmern zu müssen.

E-Business

Unter E-Business verstehen wir die Unterstützung des Unternehmens in seinen Beziehungen und Prozessen zu Geschäftspartnern, Mitarbeitern und Kunden durch elektronische Medien.

Was sind E-Services?

Ein E-Service ist eine Dienstleistung, die von Dritten auf einer Internet-Plattform erbracht wird.

Viele E-Services lassen sich in die Prozesse und Systeme eines Unternehmens integrieren.

E-Services können E-Business-Lösungen unterstützen, sie können aber auch als Einstieg ins E-Business dienen.

Das Angebot an internetbasierten Diensten ist vielfältig. Mit dieser Broschüre beabsichtigen wir, Unternehmen den Überblick durch eine Strukturierung des Angebots zu erleichtern. Unterscheidungsmerkmale helfen bei der Festlegung eigener Anforderungen, bleiben aber aufgrund der Marktdynamik abstrakt. Auf der Einlage sind schliesslich aktuell verfügbare Beispiele aufgeführt.

Den Markt wollen wir unter folgenden Aspekten beleuchten:

Welche Arten von E-Services sind verfügbar?

Welchen Nutzen können E-Services Ihrem Unternehmen bringen?

Was gilt es bei der Auswahl von E-Services zu beachten?

Gute Gründe, sich mit E-Services auseinander zu setzen

- Die Nutzung von E-Services bindet wenig Kapital, teilweise werden sie sogar (noch) kostenlos angeboten
- Auf der Anwenderseite ist lediglich ein Internetzugang erforderlich
- E-Services können Ihre Geschäftsabläufe professionalisieren
- Der Einsatz von E-Services kann die Komplexität und den Aufwand Ihrer Informatikinfrastruktur reduzieren
- E-Services ermöglichen den Zugang zu professionellen Dienstleistungen und externem Wissen
- Die Nutzung von E-Services fördert die Kompetenz der Anwender im Umgang mit elektronischen Medien
- Ihr Unternehmen kann sich stärker dem Kerngeschäft widmen
- Das Angebot an E-Services wird stark ausgebaut

Hürden zur Nutzung von E-Services

- Fehlender Internetzugang bei den möglichen Nutzern
- Mangelnde Kompetenz der Anwender in der Nutzung des Internets
- Mangelnde Erfahrungen mit der Integration extern betriebener Informatikinstrumente in die eigenen Prozesse und Systeme
- Geringe Markttransparenz bei gleichzeitig hoher Fluktuation

2 Einordnung der Dienste nach ihren Schwerpunkten

Das Angebot an E-Services reicht von der Internet-Suchmaschine bis zum zielgruppenorientierten Bündel von Diensten, wie es Internetportale und Marktplätze bereitstellen. Bei den meisten Erbringern sind jedoch Schwerpunkte auszumachen. Die Einteilung in die nachfolgenden fünf Kategorien soll Ihnen helfen, internetbasierte Dienste besser einordnen zu können. Zudem werden der jeweilige Hauptnutzen und der wichtigste zu beachtende Punkt hervorgehoben.

Informationsorientierte Dienste

Darunter fallen sowohl Dienste, die Informationen im Internet publizieren, als auch solche, die den Anwender bei seiner sprichwörtlichen Suche nach der Nadel im Heuhaufen unterstützen. Diese vereinfachen den Zugang zu gesuchten Informationen, sei dies durch leistungsfähige Suchmaschinen oder, indem sie Informationen zielgruppengerecht strukturieren.

- Beispiele:** Suchmaschinen, Newsletter, Online-Datenbanken, Verzeichnisse etc.
- Nutzen:** Erhöhung der Entscheidungsqualität unter zeitkritischen Bedingungen
- Zu beachten:** Verlässlichkeit der Quellen

Kommunikationsorientierte Dienste

Während die informationsorientierten Dienste in erster Linie Inhalte bereitstellen, dienen die kommunikationsorientierten Dienste dem aktiven Austausch von Information und Wissen zwischen mehreren Parteien. Sie nutzen die erweiterten Interaktionsmöglichkeiten der Internettechnologie, die eine schnellere und gezieltere Kommunikation zulassen. Nach dem Siegeszug von E-Mail wird die Konvergenz von Telekommunikation und Informationstechnologie den Unternehmen zusätzliche Formen der Interaktion mit der Umwelt bieten.

- Beispiele:** E-Mail, Diskussionsforen, Newsgroups etc.
- Nutzen:** Ortsunabhängiger Austausch von Information und Wissen
- Zu beachten:** Sicherheit bei der Übermittlung von vertraulichen Daten

Transaktionsorientierte Dienste

Solche Dienste dienen der Anbahnung, Vereinbarung und Abwicklung von Geschäftstransaktionen. Diese können z.B. einfache Lieferantenverzeichnisse, die Übernahme der Zahlungsabwicklung oder die vollständige Integration des Artikelsortiments in einen Branchenmarktplatz sein.

- Beispiele:** Anbieterverzeichnisse, Shopping-Mall, E-Shop, elektronischer Marktplatz etc.
- Nutzen:** Unternehmensübergreifende Optimierung der Austausch- und Informationsprozesse
- Zu beachten:** Höhe des erforderlichen Integrationsaufwandes in die beteiligten Systeme

Kollaborationsorientierte Dienste

Diese Dienste dienen dem Unternehmen bei der verstärkten Suche nach Optimierung der Aktivitäten entlang der Wertschöpfungskette. Sie unterstützen Bereiche, die über die eigentlichen Geschäftstransaktionen hinausgehen, wie z.B. gemeinsame Produktentwicklung, Projektmanagement, Marketing.

- Beispiele:** Projektmanagement-Plattform, virtuelles Intranet, Extranet etc.
- Nutzen:** Unterstützung der unternehmensinternen sowie unternehmensübergreifenden Zusammenarbeit
- Zu beachten:** Sicherheit bei der Speicherung und Übermittlung von vertraulichen Daten

Übrige Dienste

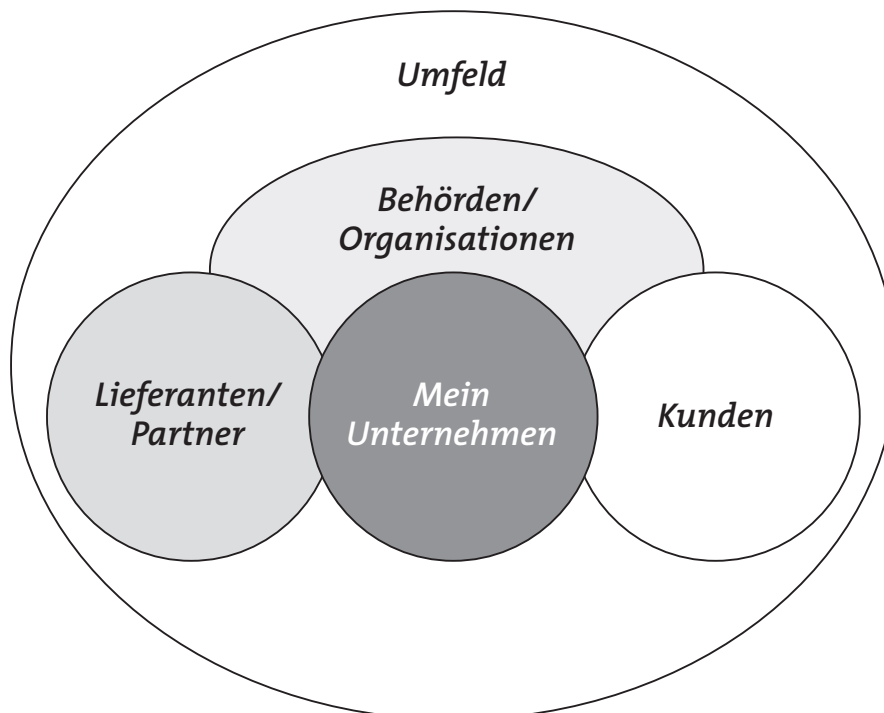
Darunter fallen Dienste, die den obigen Kategorien nicht zugeteilt werden können. Sie unterstützen Unternehmen in Bereichen, die in der Regel nicht zu den Kernfähigkeiten gehören und deshalb gut ausgelagert werden können.

- Beispiele:** Abwicklung der Lohnzahlung, Bereitstellung von Office-Anwendungen etc.
- Nutzen:** Konzentration auf das Kerngeschäft

3 E-Services in den Beziehungen des Unternehmens

Im nachfolgenden Raster sollen die Beziehungen des Unternehmens im Zentrum der Betrachtungen stehen. Die Auflistung von Unterscheidungsmerkmalen soll Ihnen helfen, grobe Anforderungen zu formulieren und im Internet verfügbare Dienste wahrzunehmen und zu bewerten. Bei E-Services mit wenig Differenzierungsmerkmalen beschränken wir uns auf die Nennung einiger Beispieldienste.

3.1 Dienste für das gesamte Unternehmensumfeld



Die Nutzung des Internets nimmt weiter zu. Damit verändern sich auch die Anforderungen des Umfeldes an die Kommunikation des Unternehmens. So hat sich E-Mail binnen weniger Jahre als wichtige Kommunikationsform im Unternehmensalltag etabliert. Das Internet eröffnet zudem laufend neue Möglichkeiten, um Informationen und Wissen über sein Umfeld zu sammeln.

Der gezielte Einsatz von Informations- und Kommunikationsdiensten kann Ihrem Unternehmen dazu dienen, die Fülle von Informationen effizient zu nutzen und den Kommunikationsanforderungen Ihrer Umwelt gerecht zu werden.

Weil die Informations- und Kommunikationsdienste im Umgang mit dem ganzen Unternehmensumfeld eine wichtige Rolle spielen, werden sie an dieser Stelle gesamthaft behandelt. In den einzelnen Beziehungen werden sie lediglich aufgeführt, soweit es sich um besondere E-Services handelt.

Informationsorientierte Dienste

Inhaltsdienste

Beispiele: *Newsdienste, Archive, Studien, Analysen, Berichte, Fallstudien, Arbeitshilfen etc.*

Unterscheidungsmerkmale:

- Bereitstellungsart: Webseite, E-Mail (Newsletter), Newsticker
- Detaillierung: Zusammenfassung, Volltext, Link
- Quellen: Qualität der Urheber
- Zeitlicher Fokus: Aktualitäten, Archive
- Thematischer Fokus: allgemeine, branchen- oder funktionspezifische Inhalte
- Geographische Ausrichtung: lokale, regionale, nationale, globale Inhalte
- Personalisierbarkeit: Möglichkeit, Informationen bedürfnisgerecht zu filtern
- Wiederverwendbarkeit: für die Publikation in eigenen Webseiten

Suchdienste

Beispiele: *Suchmaschinen, Verzeichnisse, Kataloge, Agenten, Recherche, Monitoring etc.*

Unterscheidungsmerkmale:

- Strukturierungsmerkmal: nach Thema, Branche, Relevanz
- Auslösemoment: spontane Suche, Suchauftrag oder Überwachungsauftrag
- Profilbildung: Möglichkeiten der bedürfnisgerechten Auftragsformulierung
- Kontextinformation: Relevanzangaben, Links zu verwandten Dokumenten
- Verdichtungsgrad: volle Länge, Stichwörter, Schlagwörter, Zusammenfassung

Infobroker

Beispiele: *auftragsorientierte, individualisierte Newsletter*

Unterscheidungsmerkmale:

- Berücksichtigte Quellen: Qualität, Umfang
- Bereitstellungsart: Webseite, E-Mail, Ticker
- Intervall der Zustellung: einmalig, regelmässig

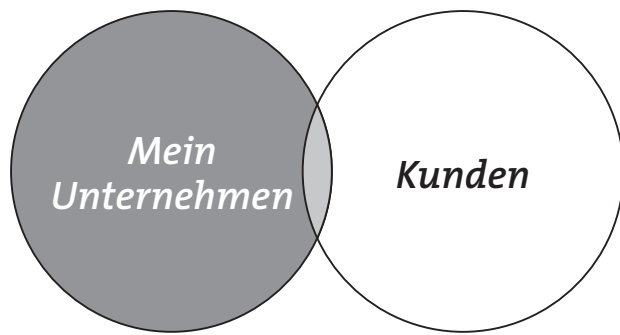
Kommunikationsorientierte Dienste

Beispiele: *E-Mail, Diskussionsforen, Newsgroups, Videoconferencing etc.*

Unterscheidungsmerkmale:

- Informationsträger: Schrift, Sprache, Bild
- Sicherheitsoptionen: Verschlüsselung, elektronische Unterschrift
- Konversionsmöglichkeit: E-Mail to SMS, E-Mail to Paper, E-Mail to Voice etc.
- Benutzerkreis: anonym, offen, geschlossen
- Kommunikationsform: zeitgleich, zeitversetzt

3.2 Die Beziehung zu den Kunden



Mit dem Internet eröffnet sich den Unternehmen ein zusätzlicher Vertriebs- und Kommunikationskanal zu ihren Kunden.

Viele E-Services fokussieren auf die Abwicklung von Geschäfts-transaktionen. Wieder andere nutzen die besseren Interaktions-möglichkeiten des Internets. Sie ermöglichen, Kunden und deren Wissen stärker zu erschliessen, und zielen auf eine höhere Kundenbindung.

Das heute verfügbare Angebot an E-Services kann Sie in allen Phasen der Kundenbeziehung unterstützen. Die Bündelung von externen und eigenen Leistungen bietet Ihrem Unternehmen zusätzliche Differenzierungsmöglichkeiten.

Informationsorientierte Dienste

Beispiele: *Sendungsverfolgung bei involvierten Logistikpartnern*

Kommunikationsorientierte Dienste

Beispiele: *Elektronischer Kundendienst, Call-Center-Anbindung*

Transaktionsorientierte Dienste

Verkaufsorientierte Dienste

Beispiele: *Anbieterverzeichnisse, Shopping-Mall, E-Shop, elektronischer Marktplatz*

Unterscheidungsmerkmale:

- Unterstützte Transaktionsphasen: Anregungs-, Informations-, Vereinbarungs-, Abwicklungs-, Treuephase
- Erscheinungsbild: eigene Corporate Identity, Design des Anbieters
- Preisfindungsmechanismen: Katalogpreis, Ausschreibung, Auktion, Börse
- Führung Produktkatalog: durch das eigene Unternehmen, durch den Marktplatz oder durch Dritte
- Katalogbündelung: eigenständiger oder mehrere Anbieter integrierender Produktkatalog
- Art der unterstützten Güter: standardisierte, konfigurierbare oder komplexe Güter
- Vertragspartner: Kunde oder Dienstleister
- Grad der Integration: keine, einseitige, beidseitige Systemintegration
- Teilnehmerbeurteilung: gegenseitige Beurteilung der Transaktionspartner

Zahlungsdienste

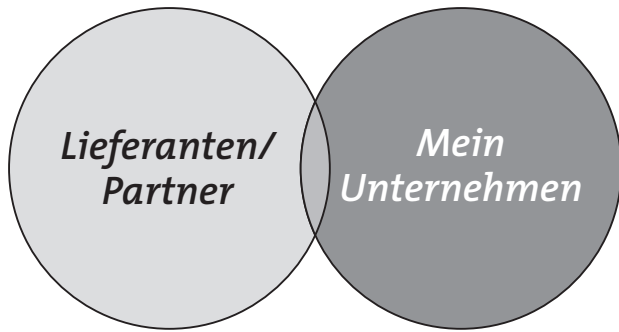
Beispiele: *gesicherte Übermittlung der vertraulichen Daten, elektronische Zahlungsabwicklung, Bonitätsprüfung, elektronische Rechnungsstellung*

Kollaborationsorientierte Dienste

Beispiele: *Extranet, Zusammenarbeitsplattformen für Projektmanagement, gemeinsame Produktentwicklung, Planung etc.*

Unterscheidungsmerkmale und Leistungsumfang: siehe Dienste in der Beziehung zu den Mitarbeitern

3.3 Die Beziehung zu Lieferanten und Partnern



Die zunehmende Vernetzung von Unternehmen mittels Internettechnologie ermöglicht eine engere Zusammenarbeit mit den Geschäftspartnern. Das Management solcher Kooperationen und deren Unterstützung mit benutzerfreundlichen und funktionsgerechten Instrumenten bildet die Basis für umfassende E-Services in diesen Beziehungen. Sie sollten Ihrem Unternehmen helfen, die Prozesse und den Informationsfluss entlang der Wertschöpfungskette zu optimieren und anderweitige gemeinsame Aktivitäten zu unterstützen – mit dem Ziel, die Qualität sicherzustellen und die Kosten zu reduzieren.

Informationsorientierte Dienste

Beispiele: *Sendungsverfolgung bei involvierten Logistikpartnern*

Transaktionsorientierte Dienste

Einkaufsorientierte Dienste

Beispiele: *Lieferantenverzeichnisse, Shopping-Mall, E-Shop, elektronischer Marktplatz*

Unterscheidungsmerkmale:

- Preisfindungsmechanismen: Katalogpreis, Ausschreibung, Auktion, Börse
- Grad der Integration: keine, einseitige, beidseitige Systemintegration
- Nachfragebündelung: Preisvorteile durch Mengenkumulation mit andern Nachfragern
- Führung Produktkatalog: durch das eigene Unternehmen, durch den Marktplatz oder durch Dritte
- Katalogbündelung: eigenständiger Produktkatalog, Mehrlieferantenkatalog
- Vertragspartner: Lieferant oder Dienstleister
- Teilnehmerbeurteilung: gegenseitige Beurteilung der Transaktionspartner
- Benutzerverwaltung: Benutzerkreis, Limiten
- Workflow-Unterstützung: Genehmigungsverfahren abbilden
- Auftragsverfolgung: Anzeige des Auftragsstatus

Zahlungsdienste

Beispiele: *E-Banking, elektronische Rechnungsstellung*

Administrative Dienste

Beispiele: *Schadenmeldung an Versicherung*

Kollaborationsorientierte Dienste

Beispiele: *Extranet, Zusammenarbeitsplattformen für Projektmanagement, gemeinsame Produktentwicklung, Planung etc.*

Unterscheidungsmerkmale und Leistungsumfang: siehe Dienste in der Beziehung zu den Mitarbeitern

3.4 Die Beziehung zu den Mitarbeitern



In einem dynamischen Umfeld versuchen die Unternehmen, ihren Mitarbeitern einen stabilen Ordnungsrahmen zu bieten. Andererseits sind sie bestrebt, sich eine genügende Flexibilität zu erhalten, um den sich ändernden Anforderungen gerecht zu werden.

Mit aktuellen, webbasierten Anwendungen lassen sich sowohl Mitarbeiter wie auch Geschäftspartner besser vernetzen und vereinfachen dadurch die Zusammenarbeit in dynamischen Teams. E-Services sollen Ihren Mitarbeitern den Arbeitsalltag erleichtern, indem sie ihnen die richtigen Informationen und Instrumente zur Verfügung stellen. Dadurch wird ihre Handlungsfähigkeit und Entscheidungsqualität erhöht. Zudem kann die Bereitstellung von modernen Tools die Produktivität wie auch die Attraktivität des Arbeitsplatzes steigern.

Informations- und kommunikationsorientierte Dienste

Beispiele: *Expertenportale für Human Resources, Marketing, Verkauf etc.*

Kollaborationsorientierte Dienste

Beispiele: *virtuelles Intranet, Zusammenarbeitsplattformen für Projektmanagement, gemeinsame Entwicklung, Planung etc.*

Unterscheidungsmerkmale und Leistungsumfang:

- Benutzerverwaltung: Teilnehmer und ihre Berechtigungen bewirtschaften
- Dokumentenverwaltung: gemeinsame Dokumente bearbeiten und verwalten
- Terminverwaltung: eigene und gemeinsame Termine verwalten
- Aufgabenlisten: Aufgaben und Pendenzen zuteilen und überwachen
- Synchronisation: Abgleichmöglichkeiten mit persönlichen Daten
- Workflow-Unterstützung: automatisierte Arbeitsabläufe definieren
- Mitteilungen zustellen: Teilnehmern Informationen zukommen lassen
- Änderungsmitteilung: sich über Veränderungen in Dokumenten informieren lassen
- Meinungsumfragen: Tool für das Einholen von Meinungen zu einer Frage
- Sicherheitsoptionen: Verschlüsselung, elektronische Unterschrift
- Datenspeicherung: wo werden die Daten gespeichert
- Kontaktverwaltung: Führen einer Adresskartei
- Knowledge Management: Kompetenzdatenbank, Diskussionsforen

Übrige Dienste

Personaldienste

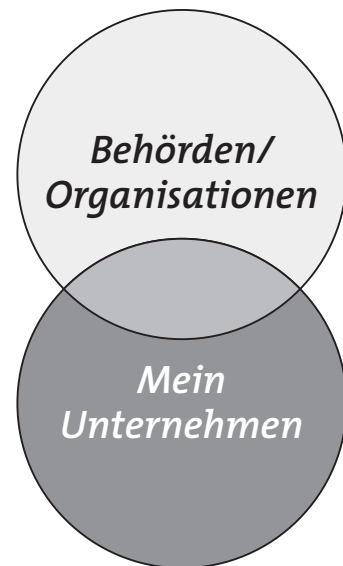
Beispiele: *Jobbörsen, Auslagerung von Lohnzahlungen, internetbasierte Ausbildung (Sprachkurse, Softwareanwenderkurse, Verkaufstrainings etc.), Buchung und Verwaltung von Geschäftsreisen, Visitenkarten online bestellen*

Mietsoftware (Application Service Providing / ASP)

Beispiele: *betriebswirtschaftliche Standardsoftware, Office-Anwendungen*

3.5 Die Beziehung zu Behörden und Organisationen

Unternehmen sind einer zunehmenden Regelungsdichte und umfassenden Informationspflichten ausgesetzt und deshalb an einer beschleunigten Abwicklung von Amtshandlungen interessiert. Der Umfang an E-Services, die die Beziehung zu Behörden und Organisationen unterstützen, ist noch bescheiden, denn oft handelt es sich um stark definierte, reglementierte Vorgänge, die eine handschriftliche Unterschrift erfordern. Im Zuge der anstehenden Gleichstellung der elektronischen Unterschrift und der Initiativen im Rahmen der wirkungsorientierten Verwaltungsführung werden Sie als Unternehmen von einem steigenden Angebot an amtlichen E-Services profitieren können.



Informationsorientierte Dienste

Beispiele: *Informationen über politische Behörden und Ämter, Beschlussprotokolle, Regulierungen und Gesetzessammlungen, Ratgeber und Anweisungen zu Amtshandlungen und Verfahren*

Transaktionsorientierte Dienste

Beispiele: *Bereitstellung von offiziellen Formularen, Anmelde- und Bewilligungsverfahren, Ausfüllen von offiziellen Statistiken, Online-Bestellung von Registerauszügen und Recherchen*

Übrige Dienste

Beispiele: *Unterhalt einer Infrastruktur für elektronische Zertifikate*

4 Kriterien zur Beurteilung von E-Services

Die Intensität der Auseinandersetzung mit dem Dienst und seinem Anbieter hängt davon ab, ob Sie einen Dienst lediglich als Anwender in Anspruch nehmen oder ob Sie einen solchen in Ihr EDV-System integrieren. Je stärker die Vernetzung mit dem Dienst, desto genauer sollten Sie sich aber über den Anbieter und sein Geschäftskonzept informieren. Die nachfolgenden Fragen sollen Punkte ausleuchten, die bei der Wahl eines E-Service berücksichtigt werden sollten:

Nutzen für die Betroffenen

- Welchen Nutzen bringt der Dienst meinem Unternehmen?
- Wird der Dienst von den Anwendern akzeptiert werden und profitieren auch sie von ihm?
- Verfügen die Nutzer über die nötige Anwenderkompetenz?
- Welchen Stellenwert hat der E-Service für mein Unternehmen?
- Wie gross wird die Abhängigkeit meines Unternehmens vom Dienst?

Leistung und Sicherheit

- Wie hoch ist die gewährleistete Verfügbarkeit?
- Sind die Übertragungsraten für den Dienst ausreichend?
- Werden bei der Datenhaltung die Anforderungen an Datensicherheit und Datenschutz erfüllt?
- Werden Daten vertraulich behandelt und nicht an Dritte weitergegeben?
- Wird zur Übermittlung vertraulicher Daten eine genügende Verschlüsselungstechnologie eingesetzt?
- Welche Szenarien kommen bei einer Einstellung des E-Service durch den Anbieter in Betracht?

Geschäftskonzept des Anbieters

- Ist das Geschäftskonzept überlebensfähig?
- Wie gross sind die Verbreitung und die Akzeptanz des Dienstes?
- Verfügt der Anbieter über die nötige Branchenerfahrung?
- Ist das Preismodell für den Dienst transparent?
- Welche Arten der Zusammenarbeit werden angeboten?
- Welches sind die wichtigsten Referenzkunden bzw. Referenzkooperationen?

Weiterentwicklung des Dienstes

- Können verbindliche Aussagen bezüglich der künftigen Entwicklung des Preismodells gemacht werden?
- Wird der E-Service den technologischen Weiterentwicklungen angepasst?

Investoren des Dienstes

- Welches sind die wichtigsten Geldgeber?
- Welche Interessen stehen hinter ihrem Engagement?

Kompatibilität

- Lässt sich der E-Service in bestehende Prozesse und Informatiksysteme integrieren?
- Sind zu dessen Anwendung technologische Hürden zu nehmen?
- Stützt man sich bei der Technologie auf verbreitete Industriestandards?

5 Ausblick

Noch ist die E-Business-Kompetenz in vielen kleineren und mittleren Unternehmen gering und die Hürde zur technischen Integration von internetbasierten Dienstleistungen hoch. Deshalb kommen derzeit hauptsächlich E-Services zum Einsatz, die keine Systemeinbindung bedingen oder dann klar definierbare und abgrenzbare Funktionen unterstützen, wie z.B. Integration einer Online-Bonitätskontrolle oder einer Zahlungslösung in einen Internet-Shop.

Den E-Services wird aber eine viel versprechende Zukunft vorausgesagt. Begründet liegt dies einerseits im Wunsch, die Komplexität der Informationstechnologie im eigenen Unternehmen zu reduzieren, und andererseits in den gezielten Initiativen der grossen Softwarehersteller, offene Plattformen zu entwickeln, auf denen sich Dienste und Informationen durch standardisierte Protokolle einfach kombinieren und integrieren lassen.

Trägt man diesen Entwicklungen Rechnung, so werden zunehmend modularisierte Dienste entstehen, die sich wie ein Baukasten nach Bedarf zusammenstellen und einfach in bestehende Prozesse und Systeme einfügen lassen. Für Unternehmen, die solche Dienste beanspruchen werden, gehören somit das Management von Kooperationen und der weitere Kompetenzaufbau im Umgang mit dem Internet zu den zentralen Anforderungen. Erst dadurch lassen sich die aus dem gezielten Einsatz von E-Services entstehenden Potenziale optimal nutzen.

Das Angebot an E-Services erweitert sich täglich, während kommerziell nicht erfolgreiche Dienste ihr Angebot wieder einstellen. Diese Broschüre verzichtet auf eine Nennung konkreter Anwendungen. Auf der Einlage finden Sie eine beispielhafte Auswahl aktueller Angebote zur Illustration.

6 Unsere Dienstleistung

Suchen Sie Unterstützung bei der Auswahl, der Beurteilung oder der Integration von E-Services?

Das Kompetenzzentrum E-Business an der Fachhochschule beider Basel unterstützt Unternehmen bei der Entwicklung von E-Business-Konzepten und beim Management der Umsetzung. Als Institut im Fachbereich Betriebsökonomie nehmen wir die Sicht des verantwortlichen Managements ein. Technische Fragen und die Bewertung konkreter Produkte und Anbieter ordnen sich den Anforderungen des Unternehmens unter.

Unsere Dienstleistungen erbringen wir individuell und in öffentlich zugänglichen Workshops zu marktüblichen Konditionen. Studentische Praxisarbeiten im Rahmen der Ausbildung können durch uns vermittelt werden. Gerne führen wir mit Ihnen ein unverbindliches Kontaktgespräch, um einen Lösungsweg für Ihre Fragestellungen im E-Business zu suchen. Bitte vereinbaren Sie einen Termin mit uns!

Ihr Kontakt für E-Services: Christian Tanner

Institut für angewandte Betriebsökonomie (IAB) an der
Fachhochschule beider Basel (FHBB)

Peter Merian-Strasse 86
4002 Basel

Telefon 061 / 279 17 90

Telefax 061 / 279 17 98

E-Mail e.business@fhbb.ch

Internet www.e-business.fhbb.ch

Unsere Know-how-Partner



Gründerportal: damit aus Ideen Unternehmen werden

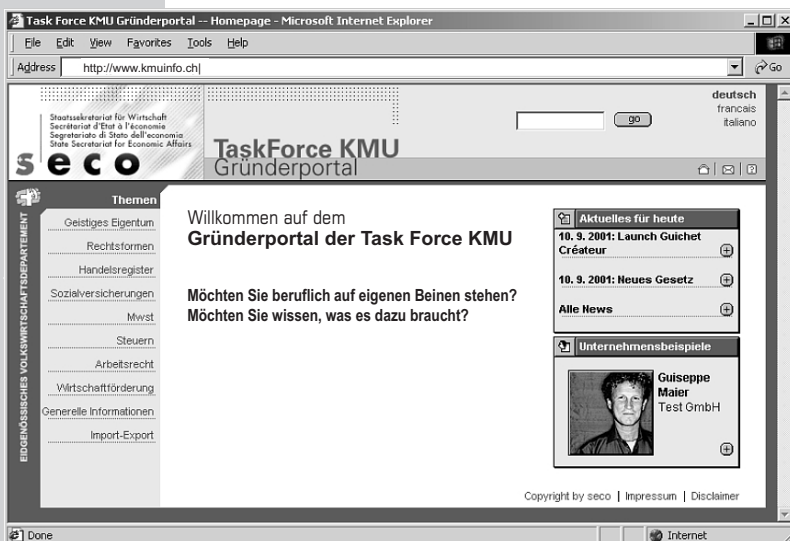
Corinne interessierte sich seit langem für Antiquitäten, vor kurzem hat sie ein Antiquitätencafé gegründet. Ingenieur Jean-Pierre entwickelt in seinem Start-up einen intelligenten Mikrochip, der auf Kreditkartengrösse die Funktion von Handy, elektronischer Agenda und mobilem Internetterminal vereinigt. Grenzgänger Stéphane bietet in seinem Schweizer Unternehmen auf den Leib geschneiderte Fitnessprogramme an.

Corinne, Jean-Pierre und Stéphane haben es geschafft und sind heute erfolgreiche Unternehmer/innen. Ihr Weg dahin war unterschiedlich, gemeinsam ist ihnen aber, dass Sie sich vor der Gründung ihrer Unternehmen die gleichen Fragen stellen mussten:

- Welche Rechtsform ist für mein Unternehmen geeignet?
- Wie soll ich meine Produkte schützen?
- Welchen sozialen Schutz muss ich meinen Angestellten bieten?

Antworten auf diese und weitere Fragen finden Sie auf dem Gründer/innenportal des Staatssekretariates für Wirtschaft seco, welches in Zusammenarbeit verschiedener Bundesstellen entstanden ist. Auf <http://www.kmuinfo.ch> können Sie Corinne und weitere 12 Unternehmensgründer/innen Schritt für Schritt auf ihrem Weg in die Unabhängigkeit begleiten und finden alle gründungsrelevanten Informationen von A wie AHV bis U wie Urheberrecht. Zu einem späteren Zeitpunkt werden Sie auch alle Bundesformulare direkt vom Gründer/innenportal herunterladen können.

<http://www.kmuinfo.ch>



*Das Gründerportal des seco:
für Leute mit Ideen*

**Staatssekretariat für Wirtschaft
Secrétariat d'Etat à l'économie
Segretariato di Stato dell'economia
State Secretariat for Economic Affairs**

s e c o
3003 Bern