

folgsfaktor ist die Fähigkeit, bei den neu entstehenden Wertschöpfungsketten aktiv partizipieren zu können.

Diese neuen Wertschöpfungsketten sind dynamisch und entwickeln sich im Umfeld von globalen Business-Netzen (B-Web)⁴, in denen die (noch) bestehenden Firmenstrukturen und nationalen Wirtschaftsräume irrelevante Grössen sind.

Unter diesem Aspekt betrachtet hat die Schweiz eine hervorragende Ausgangslage. 1997 erwirtschaftete die Schweiz etwa 150 Milliarden Franken oder 40 Prozent des Bruttoinlandproduktes durch den Export. Die Importe beliefen sich auf ca. 130 Milliarden Franken⁵. Diese Zahlen illustrieren, wie stark die Schweizer Wirtschaft in die Weltwirtschaft eingebunden ist. Sie wird auch als eine der globalisier-testen Volkswirtschaften überhaupt bezeichnet⁶. Ebenfalls wurden in den vergangenen Jahren viele Bereiche dereguliert und dem weltweiten Wettbewerb ausgesetzt. Grosse Länder mit einem wesentlich grösseren Binnenmarkt als die Schweiz konnten sich in der Vergangenheit noch besser dem Globalisierungsdruck entziehen und haben in diesem Bereich eher noch Nachholbedarf.

KMU könnten schneller reagieren

Und das führt uns zum letzten Aspekt, auf den ich eingehen möchte, welcher aus der zeitlichen Perspektive ein entscheidender sein wird: Wie gehen die einzelnen Unternehmen in der Schweiz an das Thema E-Business heran und wie setzen sie es konkret um?

In der Schweiz gibt es rund 310 000 Unternehmen. Davon sind 99,7 Prozent KMU (weniger als 250 Beschäftigte)⁵. Die KMU beschäftigen etwa drei Viertel aller Arbeitnehmer. Diese Struktur hängt wiederum mit dem kleinen Binnenmarkt, welcher durch die Sprachgrenzen noch stärker segmentiert wird, zusammen.

Gerade auf diesen KMU ruhen aber die grossen Hoffnungen, da sie eine wichtige Rolle bei der Neugestaltung der Wertschöpfungsketten spielen werden. Eine KMU ist im Prinzip die organisatorische Abbildung eines Gliedes der Wertschöpfungskette. Die KMU sind flexibler und schneller, wenn es darum geht, Veränderungen nicht nur zu erkennen, sondern auch umzusetzen.

Verschiedene Studien haben gezeigt, dass die Unternehmen in der Schweiz das Thema E-Business zur Kenntnis nehmen, aber eher noch auf Abwarten setzen. Es herrscht eine gewisse Unsicherheit über die

E-Government

Ziele

Mitglieder

Partner

Aktivitäten

Presse

Orbit/Comdex

Home

Mail

Webmaster
Della Assoliti

Ecademy^{CH}

E-Kompetenz für die Praxis

- E-Business ist die Unterstützung der Beziehungen und Prozesse eines Unternehmens mit seinen Geschäftspartnern, Mitarbeitern und Kunden durch elektronische Medien.
- E-Government beschäftigt sich sowohl mit dem Einsatz neuer Medien durch den Staat als auch mit der politischen Partizipation des Bürgers mit Hilfe dieser Medien.
- Ecademy ist das Kompetenznetzwerk der Schweizer Fachhochschulen für E-Business und E-Government.

Präsentation von E-Business-Cases an der
Orbit/Comdex
E-Business Congress vom 27. - 29.9.2000

Unterstützt durch:

[net] swisscom yellowworld DIE POST UBS

einzuschlagende Strategie und es bestehen auch noch Zweifel über die Erfolgsaussichten

Ecademy an der Orbit Comdex Europe

An dieser Stelle setzt ein Projekt der Schweizer Fachhochschulen mit dem Namen Ecademy an. Die Ecademy will die KMU bei der Umsetzung von E-Business Konzepten unterstützen. In Kooperationen mit grossen Unternehmen und abgestimmt mit deren Aktivitäten zur Bildung von neuen Businessnetzen (Portale, Plattformen) hat sich die Ecademy zum Ziel gesetzt, einen Beitrag zur Förderung der E-Business-Szene Schweiz zu leisten.

Der erste grosse Einsatz auf nationaler Ebene erfolgt im Rahmen des E-Business-Kongresses während der Orbit Comdex

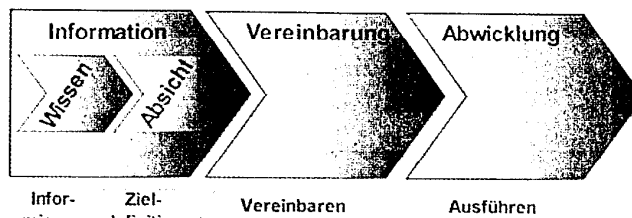
Europe. Mit einem breit gestreuten Aufruf an die Unternehmen wurden über 120 konkrete E-Business-Cases gesammelt.

Die Präsentation von zwölf ausgewählten und speziell aufbereiteten E-Business-Cases wird der Auftakt zu einem Wissenstransfer innerhalb der E-Business-Szene darstellen. Das Ziel besteht darin, den Schweizer KMU aus neutraler Position verständliche und nachvollziehbare Fallbeispiele zu präsentieren, die den Unternehmen helfen, E-Business in ihre eigene Praxis umzusetzen.

Zum Abschluss möchte ich noch der Überzeugung Ausdruck geben, dass wir bei der Umsetzung der Möglichkeiten, welche uns die elektronischen Medien anbieten, erst ganz am Anfang stehen. Es ist ein Privileg, diese Entwicklung nicht nur zu erleben, sondern aktiv mitzugestalten.

Was ist E-Commerce?

Electronic Commerce (E-Commerce) ist ein Teilbereich von E-Business. Bei E-Commerce geht es um die Beziehung zu den Kunden durch den Austausch von Waren, Dienstleistungen, Informationen und Geld über das Internet. E-Commerce ist vordergründig der interessanteste und zur Zeit auch ein stark beachteter Bereich von E-Business.



E-Commerce ist auf die Vereinbarung und Abwicklung rechtsverbindlicher Geschäftstransaktionen ausgerichtet

* Der Autor ist Leiter des Instituts für angewandte Betriebsökonomie, Fachhochschule beider Basel.

Quellen:

- 1) WEMF AG für Medientorschung (2000): MA Net 2000.
- 2) Pro Active International (2000): Pan European Internet Monitor.
- 3) Griese, Joachim (2000): Swiss Internet Economy. Bern.
- 4) Tapscott, Don; Ticoll, David; Lowy, Axel (2000): Digital Capital. Harnessing the Power of Business Webs. London.
- 5) wf, Gesellschaft zur Förderung der Schweizer Wirtschaft: (www.zahlenspiegel.ch)
- 6) Hotz-Hart, Beat; Kuchler, Carsten (1999): Wissen als Chance. Ramsauer, Rudolf (1999): Vortrag vor der Kolinggesellschaft Zug am 18. März 1999.