

E-Business

Web-Dienstleister realisiert E-Business-Lösungen AbaShop im Urteil eines Profis

Die Next AG ist ein IT-Dienstleistungsunternehmen, das auf Internet-basierende Lösungen spezialisiert ist. Es hilft Firmen, optimale und nutzbringende E-Business-Lösungen zu realisieren. Next konzipiert Websites für E-Business, entwirft die Gestaltung und Navigation von Benutzerschnittstellen und berät Kunden über interne wie externe Kommunikationsmassnahmen. Zu diesen gehören unter anderem Internet-Announcement, Online-Werbung, PR-Massnahmen und Integrationsarbeiten in die klassischen Kommunikationskanäle. Next empfiehlt die ABACUS-Business-Software und hat damit bereits mehrere erfolgreiche elektronische Läden realisiert. Dr. Hans Meli steht dazu Red und Antwort.



Pages: Sie haben eine sehr grosse Erfahrung im Bereich des E-Business. Nicht zuletzt auch als Mitgründer und ehemaliger CEO der Firma namics ag sind Sie seit 1994 im Umfeld des Internet tätig. Heute beraten und unterstützen Sie auch die Einführung und Realisierung von AbaShop-Lösungen. Welches sind aus Ihrer Sicht die Stärken des AbaShop?

Dr. Hans Meli: Ein starkes Plus und wesentliches Argument für den AbaShop ist sicherlich die komplette Integration des Shops in die "ABACUS-Welt". Die vollständige Integration des E-Business in das ERP-System des Kunden – im Falle der ABACUS-Software in die Auftragsbearbeitung – ist eigentlich sein grösster Nutzen.

Eine weitere Stärke, ist ABACUS als Software-Lieferanten zu haben. Der Investitionsschutz, die Betreuung, Software-Updates oder funktionale Erweiterungen sind in der Zukunft dadurch optimal sichergestellt.

Wie beurteilen Sie aus technischer Sicht den AbaShop?

Der Shop selbst ist relativ einfach gehalten. Alle notwendigen Funktionen sind vorhanden, auf Überflüssiges wurde verzichtet. Man merkt, dass sich die ABACUS-Entwickler seit Jahren mit der Abbildung von Business-Prozessen in Software beschäftigen. Diese Erfahrung kommt auch dem AbaShop zu Gute.

Wo sehen Sie allenfalls noch Verbesserungspotenzial bei der AbaShop-Lösung?

Lassen Sie mich zuerst Folgendes feststellen: Die E-Business-Lösung von ABACUS weist bereits ein sehr hohes Niveau auf. Wer wie ABACUS seinen Kunden immer das Beste bieten will ist aber ständig gefordert, die Produkte weiter zu entwickeln.

E-Business-Lösungen sind in den vergangenen Jahren in den Medien zum Teil als "Fass ohne Boden" bezeichnet worden. Was sagen Sie dazu?

Zu hohe Erwartungshaltungen auf allen Seiten haben zu einer schlechten Beurteilung der Resultate geführt, da die gesetzten Erwartungen zum erwarteten Preis nicht erfüllbar waren.

In den Anfangszeiten des Internet in der Schweiz (1996) bestand die potentielle Kundenbasis aus rund 100'000 Benutzern, simple Mail-Nutzer mitgezählt. Heute kann mit Internet am Arbeitsplatz, der Computerdichte in der Schweiz und dazu der flächendeckenden Einführung von ADSL und Cablecom praktisch jeder, der will, ein Internet-Surfer sein. Drei Viertel der Schweizer Bevölkerung ab 14 Jahren ist dies auch: 3,6 Millionen Menschen nutzen gemäss jüngster Wemf-Studie hierzulande das Internet.

Mit Standardlösungen à la AbaShop, die flexibel an die firmenspezifischen Gegebenheiten angepasst werden können, ist nun die Realisierung eines E-Shops zu sehr vernünftigen Kosten möglich.

Wie beurteilen Sie denn die Aufwände und Kosten für die Implementierung eines Shops?

Die Implementierungskosten für E-Business-Projekte sind massiv günstiger geworden. Einerseits lässt sich die Software als Paket einkaufen. Oft wurden bis anhin solche Lösungen jeweils pro Kunde massgeschneidert.

Andererseits sind die modernen ERP-Programme bereits mit einem Shop oder einer Shop-Schnittstelle ausgestattet: die bisherige, individuell auf den Kunden zugeschnittene Programmierung der Schnittstelle entfällt. Aus diesen Gründen ist die Implementierung eines Shops heute ein vergleichsweise kleineres Projekt, das zu Fixpreisen kalkuliert werden kann und bei dem Überraschungen ausbleiben.

Arthur Rieggs Fahrzeug-Zubehör AG - Microsoft Internet Explorer

Online Dienstleistungen Portrait Kontakt

Warenkorb füllen

Übersicht / Motz / Motz neu / Bridgestone / Road Radial

Produktseite

Bridgestone Motopneu

Code: 72289
Eintragsgebiet: Road Radial
Front/Rear: R
Modell: Honda ST1300 Pan European

ET 020

Trassensätze
Fahrsicherheit
Sicheres und
Stoßdämpfendes
Fahrverhalten
Laufleistungen durch Silica-Compound

Bruttopreis inkl. MWST
CHF 446.50

Art	Bruttopreis	Nettopreis	Kabat %	UVP	VPE	Verpackungseinheit
leiferbar	415.00	215.90	48	189.00	1	

leiferbar Engpass momentan nicht leiferbar auf feste Bestellung

Warenkorb

Code	Artikelbezeichnung	brutto	Netto	Kabat %	UVP	VPE	Artz	Subtotal
4065616	Avon Motopneu 160/60 ZR 17 (69W) TL AV 46	345.00	48	189.00	10			1'998.00
Total exkl. MWST (Lieferung portofrei ab 600.00)								
1'998.00 zu 7.6% MWST								
Total inkl. MWST CHF 2'142.25								

Rechnet sich denn ein E-Business-Projekt, und wie lange muss man wohl auf den ROI warten?

Anhand der von uns implementierten AbaShops wage ich hier die Behauptung aufzustellen, dass sich heute ein Projekt mit einer Implementierung eines AbaShops bezüglich seiner Kosten innert weniger als einem Jahr amortisieren lässt, wenn es sich dabei um das Aufschalten eines weiteren Absatzkanals handelt.

Welche Ratschläge können Sie einem WebShop-Interessenten für die Realisierung eines WebShops und insbesondere eines AbaShops aus Ihrer Erfahrung geben?

Wir haben es ja mit Unternehmern zu tun: Ein Unternehmer unternimmt per Definition etwas. "Machen" heisst die Devise. Heute ist E-Business weder ein Wagnis noch eine bahnbrechende Neuerung: Die Kunden unserer Kunden erwarten schlicht und einfach, dass dieser Absatzkanal ebenfalls angeboten wird – und zwar in einer Qualität, mit der das Unternehmen auch sonst seine Kunden bedient.

Mit dem AbaShop, der E-Business-Lösung von ABACUS und der Erfahrung eines guten Partners, ist der Erfolg garantiert. Erlauben Sie dazu eine kleine Anekdote: Einer unserer Kunden meinte beim ersten Gespräch, wenn er jemals zwei Prozent seines Umsatzes über den AbaShop realisiere, dann werte er das als einen Erfolg. Nun, ein Jahr nach diesem Gespräch und sechs Monate nach Aufschaltung des Shops erwirtschaftet er schon über zehn Prozent seines Umsatzes über das Internet. Jetzt bereits peilt er die Zwanzig-Prozentmarke an. Das freut uns natürlich sehr.

Die E-Business-Lösung muss in dem Sinne aber durchgängig sein, dass sie zur Unternehmung und deren Auftritt passt, das heisst, sie sich quasi nahtlos in ein CI und CD einfügt. Dieser Schritt wird nach unserer Erfahrung von den Unternehmen aber oft unterschätzt. Hier ist eine Falle versteckt, denn ein rein auf technischer Basis erstellter Shop hat ohne begleitende kommunikative Massnahmen keinen Erfolg. Somit müssen für den Erfolg also zwei Aspekte gleichzeitig erfüllt sein: Erstens die technische Integration in ein Warenwirtschaftssystem und zweitens die kommunikative Integration in das CI/CD einer Firma. Genau diese beiden Leistungen bieten wir mit der Next AG an.

Mit welchen Folgekosten ist für den Betrieb eines Shops zu rechnen?

Auch der laufende Betrieb in Form von Unterhalt der Shop-Software und die Pflege der Daten ist vergleichsweise günstig geworden. Zudem sind die Providerkosten selbst für grosse Datenmengen und hohe Volumina seit 2001 völlig eingebrochen. Diese Entwicklung hat sich zu Gunsten der Shop-Betreiber entwickelt, so dass sich eine Verlagerung des Umsatzes auf den neuen Absatzkanal in vielen Fällen auszahlt. Denn die laufenden Kosten sind gegenüber den Kosten der anderen Verkaufskanäle wie ein Ladengeschäft oder dem Telefonverkauf sehr gering.



Dies zeigt aber auch, dass für den Erfolg eine bestimmte Qualitätsstufe erforderlich ist. Nur einen Shop zu eröffnen ist einfach, die Instrumente dafür sind vorhanden und die Standarddesigns auch. Aber der Shopper will mehr. Er will Komfort in der Handhabung, wie in einem echten Laden auch im virtuellen Laden dasselbe "Einkaufserlebnis" erfahren und sich einfach wohl fühlen.

Welche Verbesserungen würden Sie beim AbaShop als erstes zur Umsetzung empfehlen?

Die Leistungen von ABACUS gegenüber ihren Kunden sollten auf den E-Shop selbst fokussiert sein. Der Einsatz des AbaShop durch die ABACUS-Anwender sollte nicht an ein Hosting bei ABACUS gekoppelt sein. Anstelle der bisherigen Shop-Preisliste, die stark aus der Sicht und der Tradition von ABACUS entstanden ist, sollte eine neue, einfachere zu verstehende Preisliste verwendet werden.

Das Abrufen von Bestellungen und Übertragen vom Shop in die Auftragsbearbeitung könnte zeitlich noch optimiert werden und zur Überwachung dieses Prozesses sollte beispielsweise eine Fehlermeldungsliste zur Verfügung stehen, die nach dem Durchlauf des Prozesses bearbeitet werden kann.

Noch etwas Werbung "in eigener Sache": Welche vielleicht auch speziellen, nicht alltäglichen Lösungen konnten Sie mit dem AbaShop realisieren?

Bis jetzt hat Next zwei AbaShops implementiert: Beide waren klassische E-Business-Projekte, recht schnörkellos und gerade deshalb beispielhaft erfolgreich für unsere Kunden. Ein Beispiel dafür ist der Shop www.rueggag.ch.

Next AG – www.nextag.ch

Next ist ein innovatives IT-Dienstleistungsunternehmen mit Kunden in der deutschen Schweiz.

Next konzipiert und realisiert integrierte, nutzenorientierte Internet-Applikationen. Die Kernkompetenzen umfassen Beratung, Analyse, Konzeption, Design, Umsetzung und Pflege.

Gerade kleine und mittlere Unternehmen haben mit dem Medium Internet neue Marktchancen. Mit einfachen, praktischen und bezahlbaren Lösungen können wir rasch erstaunliche Erfolge erzielen.

Next ist von der geschäftlichen Relevanz des Internet aus Erfahrung überzeugt. Next setzt dieses Know-how erfolgreich für seine Kunden ein.

Next bietet persönliche und umfassende Beratung.

Für Ihre zukünftigen Internet-Projekte und Beratungsmandate sind wir Ihr Partner.

Zur Zeit arbeiten wir mit unserem ABACUS-Partner wdata.ch an etwas Neuem, dem Projekt "Hammer". Ich versichere Ihnen, nomen est omen! Lassen Sie sich überraschen, vielleicht kann ich in der nächsten Ausgabe des Pages mehr dazu berichten.

Da dürfen wir natürlich gespannt sein. Wir freuen uns auf eine Fortsetzung des Gesprächs! •



Next AG

Dr. Hans H. Meli
Hodlerstrasse 2
CH-9008 St.Gallen
Telefon +41 71 242 11 11
Fax +41 71 242 11 22
direkt +41 71 242 11 12
Mobile +41 79 207 67 80
www.nextag.ch
hans.meli@nextag.ch