

Basel im Netz - Ins Netz gegangen..

Autor(en): Tobias Gissler
Quelle: Basler Stadtbuch
Jahr: 2000

<https://www.baslerstadtbuch.ch/.permalink/stadtbuch/6f62ea31-7c9d-4e71-8552-da4c010e6993>

Nutzungsbedingungen

Die Online-Plattform www.baslerstadtbuch.ch ist ein Angebot der Christoph Merian Stiftung. Die auf dieser Plattform veröffentlichten Dokumente stehen für nichtkommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung gratis zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrücke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger schriftlicher Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des vorherigen schriftlichen Einverständnisses der Christoph Merian Stiftung.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Die Online-Plattform [baslerstadtbuch.ch](http://www.baslerstadtbuch.ch) ist ein Service public der Christoph Merian Stiftung.

<http://www.cms-basel.ch>

<https://www.baslerstadtbuch.ch>

Die ‹Virtualisierung› der Wirtschaft

Sowohl auf Anbieter- wie auf Verbraucherseite revolutionieren die technischen Möglichkeiten des Internets die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen. Dank E-Business werden immer mehr Geschäfte übers Netz abgewickelt, und es bilden sich sowohl virtuelle Unternehmen wie virtuelle Konsumenten-‹Communities›.

Die Weltwirtschaft befindet sich im Wandel, und auch die Region Basel verschliesst sich nicht vor neuen Entwicklungen – zumindest auf nationaler Ebene ist der Wirtschaftsstandort Basel in dieser Hinsicht attraktiv und ganz vorne mit dabei. Neben in Basel ansässigen Web-Firmen wie Obtree, Day Interactive oder Pixelpark schießen beinahe täglich junge Start-ups aus dem Boden, die mit Innovationen und kreativen Ideen aufwarten.

Die Möglichkeiten im Internet scheinen grenzenlos. Jeder kann im World Wide Web zum Anbieter werden – und entsprechend unterschiedlich sind auch die Wege, welche beschritten werden.

Zu den wichtigsten Trends gehört neben der Globalisierung der grossen Unternehmen die Regionalisierung im Internet. Mit der Popularisierung dieses Me-

diums hin zu einem Massmedium entwickelt sich die Gemeinschaft der Internetbenutzer zunehmend zu einem Abbild der Gesellschaft. So entstehen elektronische Marktplätze, virtuelle Interessengemeinschaften, virtuelle Unternehmensnetzwerke, und selbst die Regierung sowie die Verwaltung sind auf dieser virtuellen Spielwiese mit dabei.

Doch was sind eigentlich E-Business und E-Commerce? Diese Begriffe werden in der Literatur äusserst uneinheitlich verwendet und vielfach mit ‹Online-Shopping› oder ‹Verkaufen über das Internet› gleichgesetzt. Es lohnt sich, sich mit diesen Themen näher auseinanderzusetzen, denn Virtualität ist wahrscheinlich der wirtschaftliche Schlüsselfaktor im 21. Jahrhundert – die Region Basel macht mit.

E-Business

E-Business ist der Oberbegriff für die Unterstützung von Geschäftsprozessen durch elektronische Medien. In unserem Fall ist das Medium das Internet.

Doch bei E-Business geht es um viel mehr als um die Gestaltung bunter Websites mit der neuesten Darstellungstechnik. Hinter E-Business verbirgt sich die Notwendigkeit sowohl einer umfassenden Geschäftsstrategie als auch einer Konzeption. Es wird langsam erkannt, dass auch im virtuellen Raum grundsätzlich die gleichen Gesetzmässigkeiten gelten wie in der traditionellen Wirtschaft. Es geht um die Nutzung der Technologie zur Erbringung von wertschöpfenden Leistungen in enger Interaktion mit dem Kunden.

E-Business ist nicht einfach das Resultat einer Unternehmensentscheidung; es ist vielmehr eine Lernkurve, ein laufender Prozess, mit welchem sich ein Unternehmen spätestens heute auseinanderzusetzen beginnen muss.

E-Commerce

E-Commerce ist ein Teilbereich des E-Business. Hier geht es um die direkte Beziehung von Unternehmen zu Kunden durch den Austausch von Waren, Dienstleistungen, Informationen und Geld über das Internet; also die Abwicklung rechtsverbindlicher Transaktionen.

Diese können zwischen Unternehmen (Business-to-Business) und zwischen Unternehmen und Verbrauchern (Business-to-Consumer) stattfinden. Neu ist das intensive und effiziente Management der Beziehung zwischen den Beteiligten, denn die Daten, welche vom Anbieter über seine Kunden gesammelt werden können, sind unerschöpflich. In diesem Zusammenhang wird zweifellos die Individualisierung und Personalisierung der Angebote laufend zunehmen.

Wer im elektronischen Handel bestehen will, muss unbedingt einen Blick aus dem eigenen Haus hinaus werfen, denn erst durch Partnerschaften und Kooperationen können die Vorteile der Vernetzung voll genutzt werden.

Die neue Rolle des Kunden

Das bedeutendste Element der neuen Kette ist die vom Kunden initiierte Kontrolle, mit der er das Angebot im virtuellen Raum in einem grösseren Masse beeinflusst als bisher. So kann der Kunde leichter an den Lieferanten herantreten und zu Produkten und Leistungen seine Meinung äussern. Ebenso einfach kann er mit einem Mausklick den Lieferanten wechseln. Diese aktive Rolle macht ihn selbstbewusster und zugleich empfänglicher für besondere Dienstleistungen und Innovationen.

Im angestammten Business basierte die Kundenloyalität oft auf einem Mangel an Alternativen. Diesen Mangel gibt es im elektronischen Markt nicht mehr. Haben Produkte und Dienstleistungen keine Substanz, steht die Loyalität des Kunden auf dem Spiel.

Virtuelle Gemeinschaften

Virtuelle Communities führen zu einem umgekehrten Markt, bei dem die Kunden oft über mehr

Informationen verfügen als der Anbieter. Folglich nimmt auch deren Macht zu.

Für den E-Commerce ist der Aufbau virtueller Communities um bestimmte Themenkreise wichtig. Die virtuelle Gemeinschaft bildet für ihre Mitglieder eine vertraute Umgebung und zieht daher laufend neue Mitglieder an – eine Eigendynamik, die immer stärker zu beobachten ist. Einerseits ergeben sich ein verbesserter Informationszugang und eine Preistransparenz durch das konzentrierte Angebot der Anbieter, andererseits eine Qualitätsbewertung aus den Beiträgen anderer Community-Mitglieder.

Ziel des Anbieters ist das Erreichen einer «kritischen Masse», ohne die das Business auf dem Netz nicht aufrechterhalten werden kann.

Die Bedeutung der Region

Die Regionalisierung ist Ansatzpunkt und Differenzierungsmerkmal gegenüber der grossen Zahl an Web-Angeboten und der Anonymität, die oft ausschlaggebend ist für das mangelnde Vertrauen der Kunden bei Einkäufen und anderen Transaktionen im Netz.

So entstehen derzeit regionale Netzwerke, die sich im Gegensatz zu international orientierten Unternehmen durch eine räumliche, geografische Agglomeration auszeichnen. Auf so genannten Regionalportalen werden Dienstleistungen und Netzwerke verschiedenster Art gebündelt und für den Kunden selektioniert sowie attraktiv gestaltet.

Für den Raum Basel ist im Haus der Basler Mediengruppe ein solches Portal im Aufbau, das im Jahr 2001 aufs Netz gehen wird. Man darf gespannt sein.

Virtuelle Unternehmen

Jeder Kunde hat eine ganze Reihe spezifischer Bedürfnisse. Oft werden diese von den Unternehmen nicht ausreichend berücksichtigt, da der Aufwand nicht in einem angemessenen Verhältnis zum Nutzen steht. Beim E-Business der Zukunft wird die Wertschöpfungskette ganzheitlich betrachtet und in Prozessschritte gegliedert. Ziel ist ein durchgehender, optimaler Informations- und in der Folge Warenfluss zwischen den Unternehmen.

Virtuelle Unternehmen sind meist zeitlich (auf die Erfüllung einer Marktanforderung) begrenzte Kooperationen von Unternehmen in der Form von Netzwerken.

Bei der Kernkompetenzorientierung konzentriert sich die Aktivität eines Unternehmens auf das, was es am besten kann. Die Mitgliedsunternehmen bringen genau die Teilprozesse ihrer Wertschöpfungskette in das virtuelle Unternehmen ein, in denen sie echte Kernkompetenz besitzen. So entsteht eine Art «Dream-Team-Organisation», durch welche die gesamte Wertschöpfungskette optimiert und effizient gestaltet wird. Durch die Kombination unterschiedlicher Kernkompetenzen lassen sich Produkte und Lösungen dem Kundenwunsch entsprechend individualisieren.

Für den Kunden erscheint das Produkt, trotz verteilter Produktionskanäle, wie aus einem Guss.

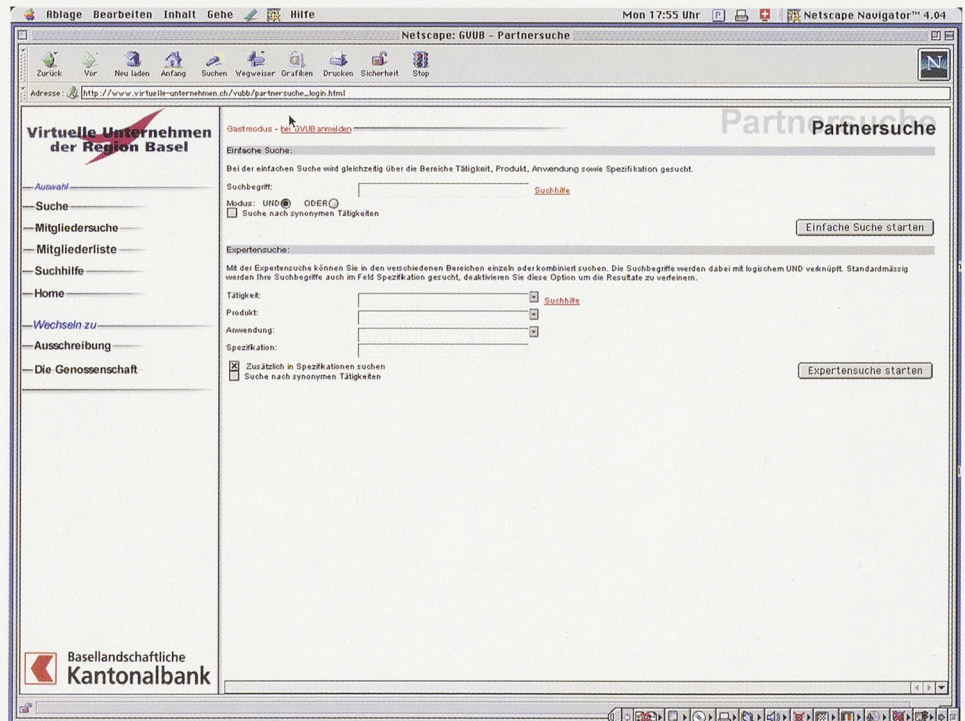
Im Raum Basel wird diese Entwicklung durch die Handelskammer beider Basel (HKBB) und die Fachhochschule beider Basel (FHBB) massiv gefördert.

Beispiel: www.virtuelle-unternehmen.ch

Das durch die FHBB inszenierte Projekt www.virtuelle-unternehmen.ch bietet die Chance, durch die Zusammenführung von Kernkompetenzen kleiner und mittlerer Unternehmen der Region Grossaufträge zu übernehmen und in neuen Wertschöpfungsketten auch ausserhalb der angestammten Branchen und Märkte mitzuwirken.

Das Kernstück der Homepage bildet die Partnersuche. Hier können Mitglieder der Genossenschaft «Virtuelle Unternehmen der Region Basel» (GVUB) über eine Suchmaschine nach Kernkompetenzen suchen. Als Basis dienen die vier Bereiche

Die Homepage der Genossenschaft «Virtuelle Unternehmen der Region Basel» ermöglicht kleinen und mittleren Unternehmen die Partnersuche für die gemeinsame Übernahme grösserer Aufträge.



Tätigkeit, Produkt, Anwendung und Spezifikation. Für detailliertere Infos kann dann via Hyperlink direkt auf die allfällige Homepage gewechselt werden. Komplexe Problemstellungen gelangen in die «Arena», wo sie bei Einverständnis des Suchenden im Segment «Ausschreibungen» veröffentlicht werden. Das bisher erfolgreiche Projekt erhöht die Attraktivität des Standortes Nordwestschweiz für ansässige Schlüsselbranchen und neu zuziehende Unternehmen.

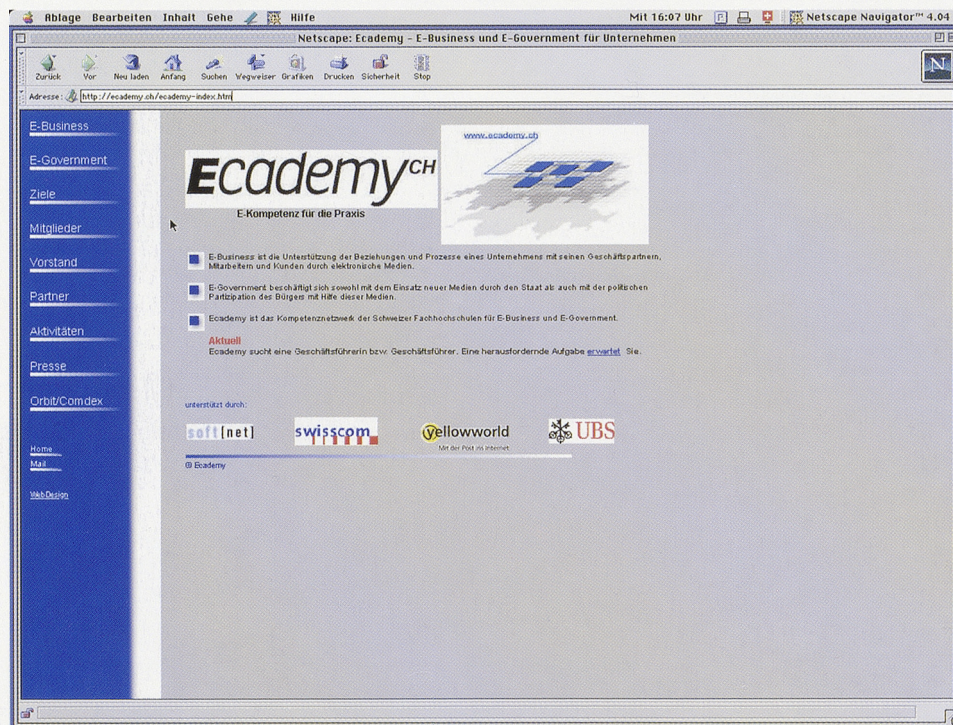
Beispiel: www.ecademy.ch

E-Business erfordert fundiertes, aktuelles und praxisnahes Fachwissen. Um den Brückenschlag zwischen Theorie und Praxis zu beschleunigen, wurde am 14. September 2000 in Basel der Verein «Ecademy» gegründet.

Ziel ist es, vorhandene E-Kompetenzen in der Fachhochschullandschaft Schweiz zu vernetzen, weiterzuentwickeln und als Gesamtes in die Aus- und Weiterbildung zu integrieren. Die Wirtschaft, insbesondere die kleinen und mittleren Unternehmen (KMU), und die Verwaltung können von praxisnahen innovativen Impulsen profitieren und gemeinsam mit Fachhochschulen ihre spezifischen Kompetenzen und ihr Leistungsangebot in das Netzwerk einbringen.

Der Geschäftssitz der «Ecademy» befindet sich in Basel, an der FHBB. Sie ist gleichzeitig auch Leading-House des Kompetenznetzwerkes. Das Institut für angewandte Betriebsökonomie der FHBB baut derzeit ein regionales Kompetenzzentrum für die Region Basel auf. Es soll zum einen die verschiedenen E-Business-Aktivitäten der FHBB

www.ecademy.ch – ein Kompetenznetzwerk der Fachhochschule beider Basel (FHBB).



koordinieren und zum anderen als direkte Anlaufstelle für KMUs der Region fungieren. So wird «Ecademy» als Kommunikationsplattform dienen und bei der Ausarbeitung geeigneter Strategien und Konzepte zur praktischen Umsetzung von E-Business helfen.

Beispiel: www.medgate.ch

Auch der Gesundheitssektor befindet sich im Wandel. Neben www.getwellness.ch ist die Medgate AG ein neues unabhängiges ärztliches Informationszentrum mit Sitz in Basel, das am 1. Oktober 2000 seine Tätigkeit aufgenommen hat. Medgate bietet eine umfassende Internetsite mit medizinischem Inhalt und mit einer integrierten Triage-Applikation.

Ziel von Medgate ist es, ein unabhängiges Zentrum für telemedizinische Dienstleistungen im

Schweizerischen Gesundheitswesen zu werden. Deshalb besteht eine Zusammenarbeit mit führenden Krankenversicherungen. Aber auch eine voll regionalisierte Ausrichtung auf den Raum Basel ist in Zusammenarbeit mit der Basler Mediengruppe, der Medizinischen Gesellschaft Basel und der Medizinischen Fakultät der Universität Basel im Aufbau.

Beispiel: www.wechselstube.ch

Unter dieser Internet-Adresse wird ein Devisenhandelsplatz für KMUs angeboten. Das Geschäftsmodell der in Allschwil ansässigen Firma KMU-Online AG ist sehr einfach: Einzelne Kundenaufträge werden gebündelt, wodurch KMU-Online von Grosskundenkonditionen profitieren kann. Da die gesamten Transaktionen digital über das Internet erfolgen und auf das Wesentliche reduziert werden,

Die unabhängige ärztliche Informationsplattform: www.medgate.ch.



beträgt das Einsparungspotenzial gegenüber den früheren Kosten zwischen 40 und 80 Prozent.

KMU-Online AG hat im Jahr 2000 von der Stiftung <Finanzplatz Basel> den mit 10 000 Franken dotierten <Förderbeitrag> erhalten. Mit diesem Preis sollen Unternehmen oder Projekte gefördert und unterstützt werden, die den Finanzplatz und Wirtschaftsstandort Basel stärken oder einen Beitrag zur Forschung und Ausbildung im Finanz- und Bankenbereich leisten. Dass er dieses Jahr an ein vollständig virtuelles Unternehmen geht, ist bezeichnend für den Stellenwert, der dieser technologischen Entwicklung in unserer Region zuerkannt wird.

Quellen

- Achim Bühl, Die virtuelle Gemeinschaft – Ökonomie, Politik und Kultur im Zeichen des Cyberspace, Wiesbaden 1997.
- Economic Commerce, hg. v. Computer Technology Research Comp., Charlston 1997.
- Walter Gora, Auf dem Weg zum virtuellen Unternehmen – Konsequenzen der Dezentralisierung, Köln 1996.
- Heribert Meffert, Die virtuelle Unternehmung: Perspektiven aus der Sicht des Marketing, in: Backhaus, Marktleistung und Wettbewerb, Wiesbaden 1997.

www.wechselstube.ch ermöglicht KMUs die Bündelung einzelner Kundenaufträge und damit Grosskunden-Konditionen.

