

SWISSBITS

Sunrise streicht 140 Stellen

Per Mitte Juni 2007 fallen 140 Stellen bei der hiesigen Telekom-Anbieterin Sunrise weg. Das sind sechs Prozent des Personalbestandes. Als Grund für die Entlassungen nennt Sunrise den steigenden Kostendruck: Der gesättigte Schweizer Telekom-Markt habe einen stetig wachsenden Preiskampf zur Folge. Entlassen werden vorwiegend Mitarbeiter ohne direkten Kundenkontakt. Mit der Gewerkschaft hat Sunrise einen Sozialplan aufgestellt. Freigestellte sollen demnach bei der Arbeitssuche bis zu 15 Monate lang bei vollem Lohn unterstützt werden.

Scis setzt auf Reinigung

Swisscom IT Services (Scis) übernimmt bei der Schweizer Niederlassung der dänischen Reinigungsfirma ISS die Verantwortung für die IT-Infrastruktur. Das Outsourcing umfasst neben dem Rechenzentrum mit der Verbindung von LAN, WAN, Telefonie und Printing auch den Migrationsprozess. ISS bedient alle Bereiche des Gebäudeunterhalts und beschäftigt in der Schweiz an 120 Standorten rund 9000 Mitarbeiter. Der Outsourcing-Auftrag soll Scis einen Umsatz in zweistelliger Millionenhöhe bringen. Scis soll bis Ende Jahr die Gesamtverantwortung für die 900 lokalen Clients, 280 IP-Telefone und 350 Drucker übernommen haben.

Die Deutschen kommen

Die Dortmunder Softwareschmiede E-Spirit ist seit Anfang Juni auch mit einer Niederlassung in der Schweiz vertreten. Laut Jörn Bodemann, Geschäftsführer von der Firma aus dem Ruhrpott, werde man mit dem Content Management System Firstspirit den Schweizer Markt aktiv angehen und das Kundenportfolio ausbauen. Chef der Zürcher Niederlassung ist Markus Hümbeli, der bisher bei IBM Schweiz und für Mercury in der Schweiz gearbeitet hat.

GGA Maur baut Angebot aus

Telekom-Anbieterin GGA Maur aus Ebmatingen bietet seit dem 1. Juni in zwölf Paketen Fernsehen über Kabel an. Das Grundangebot enthält 111 Programme, ist kostenlos und umfasst alle analogen Sender. Für monatlich zwischen acht und 22 Franken gibts die anderen elf Pakete. Im Juli kommt HD-Selection dazu, das Pro-Sieben, Sat1, Anive und National Geographic gratis liefert. Für Dezember verspricht GGA Maur ein Paket für den Sender HD-suisse der SRG.

ONLINE-EINKAUF

«Geiz ist geil» allein reicht nicht

Der Online-Einkauf ist zwar sehr beliebt, doch die Unterschiede der Angebote verwischen immer mehr. Differenzierung ist unumgänglich. VON VOLKER RICHERT



› Längst greift, wer eine Hypothek oder Versicherung sucht, wer eine Wasch- oder Kaffeemaschine, ein Handy oder eine Kamera kaufen will, auf online verfügbare Portale zurück. Zu den bekanntesten hiesigen Anbietern gehören «suche.ch», «comparis.ch», «preissuchmaschine.ch» und das Portal «toppreise.ch».

Hinter suche.ch steht die 25-köpfige im St. Gallischen Wil ansässige Firma Crea Swiss, die seit einem halben Jahr auch das Produktvergleichs-Portal «preise.ch» aufgeschaltet hat. Die Plattform, die zur Zeit insbesondere Geräte der Unterhaltungselektronik wie Computer und Digitalkameras umfasst, wird ständig mit neuen Produkten ausgebaut. Simon Hengartner, Leiter Verkauf und Marketing bei Crea Swiss, meint, dass

in den virtuellen Shops von preise.ch wie beim Discounter um die Ecke eingekauft werden könne.

Dahinter steht ein Geschäftsmodell, das für sich in Anspruch nimmt, erhebliche Differenzen zu dem anderer Player im Schweizer Markt aufzuweisen. Denn laut Hengartner steht weder die Werbung noch der blosser Einkauf oder ein simpler Preisvergleich im Vordergrund: «Wir wollen unseren Kunden mit diversen zusätzlichen Diensten mehr als nur Preislisten liefern».

Darum zeigt eine Bildschirmansicht bis zu sechs verschiedene Artikel im Vergleich. Den Produkten sind jeweils Datenblätter hinterlegt. Zudem sind alle verfügbaren Testberichte, in deutscher und englischer Sprache, mit dem jeweiligen Produkt verlinkt. – Dazu arbeiten die Wiler mit dem Portal «alatest.ch» zusammen.

Um den Kundendienst und die Werbemöglichkeiten der Händler nicht zu vermischen und die damit unumgänglichen Kompromisse eingehen zu müssen, existiert bei preise.ch keine Abrechnungsmöglichkeit nach Clicks. Händler zahlen

einen Pauschalpreis von 100 Franken pro Banner und Monat. Somit sei Crea Swiss weder vom Pay-per-Click-Prinzip noch von der Vergütung pro verkauftem Gerät abhängig, meint Hengartner: «Die Angebote können wir also frei von Werbung halten».

Neben den integrierten Zusätzen mit Datenblättern und Testberichten liefert das Portal Suchfunktionen etwa nach Regionen und Preisen. Zudem existiert eine Filterfunktion zur Begrenzung der Produktauswahl. Und ausserdem erlaubt das aktuelle Anwendungskonzept von preise.ch, alle Funktionen über ein Internet-fähiges Handy zu nutzen. Das Portal umfasst inzwischen rund eine Million Online-Angebote.

Hengartner verweist ausserdem auf das Bewertungs-Tool für die Shops des Portals. Vorgenommen wird die Klassifizierung von Crea Swiss selbst. Beispielsweise lassen sich Händler, die zwar schnell Kasse machen, aber eine schlechte Liefermoral haben, damit leicht herausfiltern.

Grenzen sind den Online-Portalen allerdings dann gesetzt, wenn sich Händler wie etwa M-Electronics, Fust, Interdiscount und Media-Markt nicht listen lassen. Dennoch gibt sich die Online-Branche optimistisch: Marktforscher von E-Marketer prognostizieren, dass bis 2010 eine Verdoppelung des Anteils für den Online-Verkauf auf zehn Prozent des gesamten Einzelhandelsumsatzes erreicht werden soll. Kundenbindung, so Hengartner, werde auch in diesem Sektor immer wichtiger: «Der Kunde will stärker qualitativer gewichtete Informationen». «Geiz-ist-geil» genügt auch im Online-Geschäft nicht mehr. ■



Der Web-Shop preise.ch hinterlegt seinen Angeboten beispielsweise Tests.

Bild: PD