

freitag.ch wird zum ersten Swiss E-Commerce Champion gekürt

E-COMMERCE AWARD Am 9. Mai wurde erstmals der Swiss E-Commerce Award im Rahmen der ONE Messe verliehen. Neben zehn Kategoriengewinnern gab es einen überragenden Sieger – zum Swiss E-Commerce Champion wurde die Freitag lab.ag und freitag.ch gekürt.

■ Wie so oft stand am Anfang eine Idee – es war Herbst 2011. Während E-Commerce substanzielle Umsätze erzielt und der Handel derzeit primär online wächst, fehlen entsprechende Auszeichnungen für herausragende Leistungen in diesem Bereich. Das wollte die Carpathia Consulting GmbH ändern und rief den Swiss E-Commerce Award ins Leben. Über 90 Online-Shops bewarben sich in zehn Kategorien, viele darunter in mehr als einer. So lag es denn an der prominenten Jury, bestehend aus zehn Experten verschiedener E-Commerce-nahen Disziplinen, die Nominierungen zu bestimmen und diese zu bewerten.

Am 9. Mai war es dann so weit in der Messe Zürich-Oerlikon. Über 200 Personen wohnten



Die Kategoriensieger sowie die Champions am Swiss E-Commerce Award freuen sich über die Ehrung

der Preisverleihung bei, die von Referaten von drei internationalen Topreferenten bereichert wur-

de. Und am Schluss gab es einen überragenden Sieger – FREITAG lab.ag mit Freitag.ch wurde der

1. Swiss E-Commerce Champion und dominierte nebenbei zwei Kategorien. ■

Die Bewertungen der Jury im Detail:

Kategorie B2B-Online-Shops

Gewinner

Storopack Schweiz AG
storoshop.ch

Dass B2B nicht einfach umständlich, benutzerunfreundlich und kompliziert bedeutet, zeigt der Storoshop der Storopack AG, den die Jury zum Sieger in der Kategorie B2B-Online-Shops erkör. Deutlich hat er seine Konkurrenten in der Präsentation seiner USPs distanziert – hier weiss der Besucher auf Anhieb, wo die Kernkompetenzen liegen und der Einstieg ins Sortiment gelingt rasch und zielgerichtet. Wer sich nicht durch die Navi-



gation bemühen will, findet über die Suche schnell zum Ziel. Produktpräsentationen sind zweckmässig, werden aber durch interessante Produktempfehlungen und das Verhalten anderer Kunden verstärkt, etwas, was man bei B2B noch eher selten sieht. Gekonnt setzt der Storoshop auch vertrauensbildende Elemente

ein und überzeugte auch in den Tiefen der rechtlichen Anforderungen. Die Jury hat das Vertrauen in den Storoshop auf jeden Fall gewonnen.

Auf den weiteren Plätzen:

www.iba.ch
www.hubert-online.ch
www.nussbaum.ch/shop
www.post.ch/directfactory

Kategorie B2C-Online-Shops X-Small

Gewinner

Jordi AG
printzessin.ch

Kaum eine Kategorie bot mehr Vielfalt, nicht zuletzt haben sich

fast 30 Shops in dieser Kategorie beworben. Die Jury war denn auch gefordert und kam zum Schluss, dass die Online-Lösung von Printzessin gesamthaft das beste Angebot in dieser Kategorie darstellt. Die Anwendung überzeugte in fast sämtlichen Kriterienpunkten und überrascht die Anwender immer wieder von



Neuem. Ein klares Konzept, eine sehr transparente Benutzerführung, eine visuelle Umsetzung, die gefällt und überrascht – bis hin zur Ansprache, die nur ein Ziel verfolgt: Der Kunde ist König. Selten hat Online-Drucken so viel Spass gemacht und bzgl. Transparenz, was bis wann zu welchem Preis geliefert wird, kann sich manch eine E-Commerce-Anwendung, die mit weniger massgeschneiderten Angeboten aufwartet, ein Stück abschneiden. Prinzessin wird sprichwörtlich zum Sieger gekrönt.

Auf den weiteren Plätzen:

- www.cecil.ch
- www.bebelino.ch
- www.yonc.ch
- www.doodah.ch

Kategorie B2C-Online-Shops Small

Gewinner

Vinivergani & Co AG
vergani.ch

Knapp 20 Online-Shops hat die Jury in dieser Kategorie geprüft und den Online-Shop des über hundertjährigen Familienunternehmens Vinivergani zum Sieger ernannt. Die Site sprüht geradezu von Tradition und man kann die Sortimentskompetenz förmlich riechen. Es ist aber nicht nur die visuelle Umsetzung, welche die Jury überzeugte. Die Produktsuche erfolgt intuitiv und mit überraschend angenehmen und auf das Angebot abgestimmten Filtern. Die Produktdarstellungen visualisieren die Informationen äusserst ansprechend. Und auch das Storytelling kommt nicht zu kurz für diejenigen, die mehr über den Wein, die Region oder



das Weingut erfahren möchten. Vinivergani beweist, dass auch traditionelle Familienunternehmen mit der richtigen Strategie und Konzeption überzeugende Online-Lösungen realisieren können – und dies gerade in einem doch relativ umkämpften Online-Markt für Wein. Mit viel Liebe zum Detail schafft es Vinivergani, die Kompetenz in den Online-Kanal zu transportieren.

Auf den weiteren Plätzen:

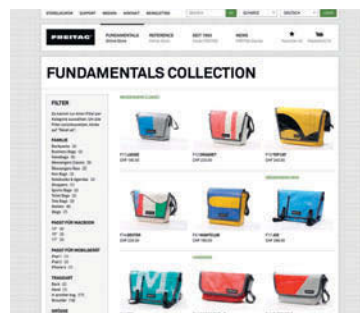
- www.peterhahn.ch
- www.geschenkparadies.ch
- www.deerberg.ch
- www.nahrin.ch

Kategorie B2C-Online-Shops Medium

Gewinner

FREITAG lab.ag
freitag.ch

Der beste Online-Shop in der Kategorie B2C Medium (5–10 Mio. Umsatz) ist nach dem Urteil der Jury freitag.ch von FREITAG lab.



ag. Der im vergangenen Jahr neu gelaunchte Online-Shop konsolidiert die beiden Produktlinien «Fundamentals» und «Reference» unter einem Dach und schafft es, die Zielgruppe adäquat anzusprechen. In beiden Bereichen überzeugen eine gute Navigation und passende Filter, die mitunter auch mal einzigartige Bezeichnungen tragen können wie «sonnig» für besonders helle und farbige Oberflächen. Die sehr detaillierte Produktpäsentation wird unterstützt durch Anwendungsvideos, die den Einkauf noch emotionaler gestalten. Nebst

dem Online-Angebot der beiden Produktlinien kommen auch die Geschichte und das ökologische Gedankengut rund um FREITAG nicht zu kurz. FREITAG ist Kult und das zwischenzeitlich weit über die Grenzen der Schweiz hinaus bis nach Übersee. Der Online-Shop von FREITAG lab.ag ist laut der Jury ein hervorragendes Beispiel, wie eine Geschichte erzählt wird, eine Message vermittelt und nebenbei erfolgreich E-Commerce betrieben werden kann. Die Shoplösung richtet sich an ein weltweites Publikum und ist wohl einer der wenigen Schweizer Shops, in denen man auch in japanischen Yen bezahlen kann.

Auf den weiteren Plätzen:

- www.pfister.ch
- www.thelook.ch
- www.bodum.com
- www.laax.com

Kategorie B2C-Online-Shops Large

Gewinner

World of Games GmbH
wog.ch

Nach dem Urteil der Jury kann in dieser Kategorie kaum ein anderer Shop als WOG (World of Games) seinen USP so tiefend ausspielen. Die Entscheidung war jedoch in kaum einer anderen Kategorie derart knapp wie bei den Shops zwischen 10 und 25 Mio. Umsatz. Dennoch überzeugt der Marktführer für Games in der Schweiz durch seine E-Commerce-Plattform, die zielgruppengerecht aufgebaut ist und diese optimal anzusprechen vermag. Verschiedene Services wie das Involvieren einer eingefleischten Community, die testet, mit Tipps & Tricks zur Seite steht und Games wie auch gegenseitige Tests bewertet. Als Anwender habe ich das Gefühl, hier genau richtig zu sein. Die Site strahlt eine Sortimentskompetenz aus, die ihresgleichen sucht. Mit Social-Commerce-Komponenten wie Bewertungs-



Ticker, Top Sales, Most Wanted und mehr wird dem Besucher eine hohe Frequenz vermittelt und damit das Vertrauen, hier an der richtigen Anlaufstelle für Games zu sein.

Auf den weiteren Plätzen:

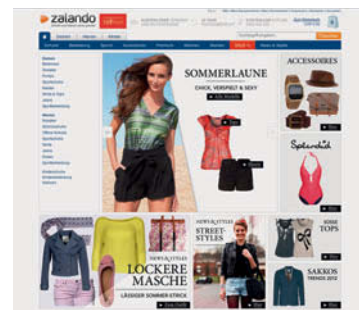
- www.ackermann.ch
- www.books.ch
- www.madeleine-mode.ch
- sso.post.ch/shops

Kategorie B2C-Online-Shops X-Large

Gewinner

Zalando GmbH
zalando.ch

Kaum ein grosser Online-Shop macht – auch in der Schweiz – derzeit mehr Furore als Zalando. Es ist nicht nur der allgegenwärtige Werbedruck, an dem heute kaum jemand vorbeikommt.



Die Jury überzeugte primär das Gesamtpaket. Angefangen beim minutiös vorbereiteten Markteintritt, den Suchmaschinenoptimierungen über die Werbung auf allen Kanälen zum Online-Shop selber. Dieser besticht durch sein Shopping-Erlebnis, seine Vielfalt und Sortimentsbreite, bei welcher der Anwender das Gefühl hat, dass es hier alles gibt. Die Navigation ist klar und übersichtlich; zur Verfügung stehen auf allen Ebenen adäquate und intuitive Filtermöglichkeiten und die Produktpäsentationen sind umfassend und lassen kaum Wünsche offen. Wenn man auf Zalando einkauft, hat man das Gefühl, dass alles reibungslos geht. So unaufgeregt der Shop daherkommt, so viel Arbeit steckt mutmasslich darin. Zalando ist wohl auf dem besten Weg, auch in der Schweiz zu einem Amazon für Mode und mehr zu werden.

Auf den weiteren Plätzen:

- www.exlibris.ch
- www.coopathome.ch
- www.laredoute.ch
- www.weltbild.ch

Steckbrief

Der Swiss E-Commerce Award ist eine Initiative der Carpathia Consulting GmbH, einer seit 2000 auf E-Business und E-Commerce spezialisierten neutralen und unabhängigen Unternehmensberatung in Zürich und wurde 2012 erstmals verliehen.
www.ecommerce-award.ch

Spezialkategorie Social Commerce und Einsatz von Social Media

Gewinner

BRACK Electronics
daydeal.ch

In Sachen Social Commerce und Einsatz von Social Media hat nach dem Urteil der Jury von allen eingereichten Produkten DayDeal von Brack Electronics die Nase vorn. DayDeal versteht es, auf sämtlichen Kanälen adäquat zu kommunizieren und pflegt eine intensiven Dialog mit den Anwendern. Dies manifestiert sich zum einen in den täglichen Dialogen mit den Kunden zu den einzelnen Deals auf daydeal.ch selber. Dort sind innert weniger Stunden mehrere Dutzend Kommentare, Bemerkungen wie auch Antworten seitens DayDeal zu beobachten – und das tagein und tagaus. Zum anderen werden die verschiedenen Social-Media-Kanäle gekonnt bespielt.



Via Twitter und Facebook wird der Dialog etwas weniger auf die einzelnen Deals bezogen geführt, aber immer mit einem grossen Involvierungspotenzial der Anwender. Brack Electronics zeigt mit DayDeal, wie man Social Commerce gekonnt für sein Stammgeschäft einsetzen kann und über Social Media neue Ziel- und Kundengruppen erreicht.

Auf den weiteren Plätzen:

www.guzuu.com
www.bitboard.ch
www.blue-tomato.com
www.linsenmax.ch

Spezialkategorie Mobile Shoplösungen

Gewinner

Ex Libris AG
exlibris.ch

Die Smartphones der Jurymitglieder sind um einiges Shopping-Apps und mobil optimierte Webshops reicher – nach eingehender Prüfung aller Kandi-



daten wurde die mobile Shoppinglösung von Ex Libris zur besten der Schweiz gekürt. Die iPhone App von Ex Libris überzeugt durch ihre Einfachheit und ihre klare Struktur, mit der ein Sortiment von mehreren Millionen Artikeln schnell, situativ und intuitiv jederzeit zur Hand ist. Die attraktive Verknüpfung des mobilen Kanals mit den stationären Filialen stärkt die Position des Anwenders; dieser entscheidet selber, ob er elektronisch bestellen will oder bei der nächsten Filiale vorbeigeht. Denn er hat durch die Anzeige des aktuellen Bestandes die Gewissheit, dass das Produkt auch vorrätig ist. Zielgerichtetes Navigieren, lustvolles Stöbern oder technisch raffiniertes Suchen, wo auch das Fotografieren von Cover oder Barcode schnell zum Ziel führt. Abgerundet wird das mobile Shopping-Vergnügen durch einen schnellen Check-out, diverse Zusatzfunktionen wie den Zugriff auf offene Rechnungen und Bestellungen, Einlösen und Nachladen von Gutscheinen und vieles mehr. Ex Libris zeigt, wie man attraktives Mobile Shopping umsetzt und den mobilen Kanal intelligent in die Multi-Channel-Strategie einbettet.

Auf den weiteren Plätzen:

SBB AG (Mobile App)
Möbel Pfister AG (Mobile Website)
Coop Genossenschaft (Mobile App)
World of Games (Mobile App)

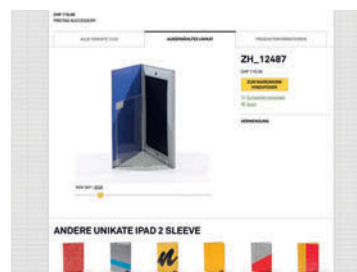
Spezialkategorie Visual Effects

Gewinner

FREITAG lab.ag
freitag.ch

Der Gewinner der Spezialkategorie Visual Effects heisst FREITAG lab ag. Zum einen überzeugten die Jury die Produktaufnahmen in animierter 360-Grad-Rundumsicht, die vielfach besser umgesetzt wurden als bei herkömmlichen Online-Shops. Dies insbesondere vor dem Hintergrund, dass es sich bei den Produkten von FREITAG allesamt um Unikate handelt. D.h. diese aufwendige Produktvisua-

lisierung muss für jedes einzelne Exemplar von Neuem gemacht werden – ist eine Tasche verkauft, verkommen die Produktbilder zur Makulatur. Zudem werden die einzelnen Produktserien mit unterhaltsamen, jedoch äusserst informativen Produktvideos zusätzlich visualisiert. Einem potenziellen Käufer wird damit ermöglicht, sich direkt im Online-Shop ein Bild zu machen, welchen Anwendungszweck beispielsweise die Tasche hat, was alles hineinpasst und wie sie getragen wird. FREITAG zeigt, dass mit intelligenten Produktvisualisierungen die Distanz zwischen Produkt und Kunde attraktiv überwunden werden kann.



Auf den weiteren Plätzen:

www.thelook.com
www.atelierpfister.ch (Mobile App)
www.fashionwear24.ch
www.hse24.ch

Spezialkategorie Newcomer Award

Gewinner

Pneu Joe AG
pneujoe.ch

Der Newcomer Award wird an die Pneu Joe AG verliehen, weil pneujoe.ch die Jury einhellig überraschen konnte. Pneu Joe zeigt, wie man ein nüchternes Produkt wie Reifen attraktiv online vermarkten kann. Dabei spielt Pneu Joe gekonnt mit verschiedenen Elementen und vermag zu emotionalisieren, nicht zuletzt auch durch die Personalisierung – eben mit dem Charakter Pneu Joe. Neben einer mehrdimensionalen Produktauswahl-Suche, die verschiedene Zielgruppen berücksichtigt, ist der Online-Shop auch visuell ansprechend und sortimentsgerecht umgesetzt. Videos werden gekonnt eingesetzt, sei es zur Unterhaltung wie auch zur Stärkung der Produkt- und Sortimentskompetenz. Die Jury kam zum Schluss, dass sich mit diesem Markteintritt auch ein kleinerer gegen die etablierten Mitbewerber durchsetzen kann, wenn er



gekonnt auf der Klaviatur der E-Commerce-Möglichkeiten spielt.

Auf den weiteren Plätzen:

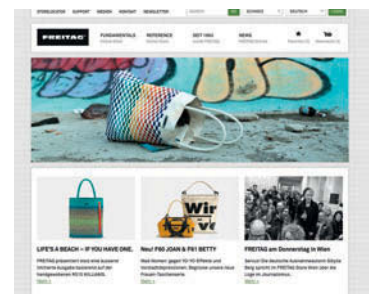
www.zalando.ch
www.thelook.com
www.street-one.ch
www.doodah.ch

CHAMPION

Gewinner

FREITAG lab.ag
freitag.ch

Der 1. Swiss E-Commerce Champion 2012 heisst FREITAG. Von den über 130 Kategorienbewerben vermochte der Online-Shop die Jury am meisten zu überzeugen und erzielte gesamthaft gerechnet die höchste Punktzahl mit einer satten 5,0 über alle Kategorien hinweg. Bestätigt wird der Erfolg von FREITAG dadurch, dass der Online-Shop gleich zwei Kategorien dominierte, die B2C-Online-Shops im Medium-Segment wie auch die Spezialkategorie Visual Effects. Beide Kategorien übrigens mit den höchsten Gesamtbewertungen über alle Kategorien hinweg.



Freitag.ch wurde im Herbst 2011 neu gelauncht und zeigt in der gesamten Breite und Vielfalt der E-Commerce-Teilprozesse eine konstante und hohe Qualität, die den Online-Shop zum Swiss E-Commerce Champion qualifiziert. Herzliche Gratulation an das Team der FREITAG lab.ag und die ausführende Agentur Namics.

Auf den weiteren Plätzen:

www.zalando.ch
www.pneujoe.ch
www.vergani.ch
www.pfister.ch

SZENE



1. ONE Messe für Web Business

Bild 1 Höhepunkt an der ONE war die erstmalige Verleihung des Swiss E-Commerce Award (v.l.n.r.): Initiant Thomas Lang, Carpathia Consulting GmbH, mit den Referenten an der Award-Verleihung, Jochen Krisch, Hannes Altmann und André Morys

Erstmals hat am 9. und 10. Mai in Zürich die neue Messe «ONE place für web business» stattgefunden. Ein Höhepunkt war die erstmalige Verleihung des Swiss E-Commerce Award. Die neue Messe ist der bekannten Messe für Business Software topsoft angegliedert. Die beiden Messen fanden in der Halle 5 der Messe Zürich statt. Die neue Messe zählte gemäss publiziertem Hallenplan/Ausstellerverzeichnis 25 Stände mit insgesamt 37 Ausstellern, also eine noch relativ kleine Veranstaltung. Sie konkurrenziert die bereits etablierte Messe Swiss Online Marketing (SOM), welche mit 106 Ausstellern und über 2500 Fachbesuchern im März in Zürich stattgefunden hat. Wie die SOM offerierte auch die ONE den Besuchern eine grosse Zahl von Referaten. Die Interaktion zwischen Messebesuchern und Experten stand in der ONE Experience im Vordergrund: Als Plattform für einen raschen und unkomplizierten Wissens- und Erfahrungstransfer wollte die Experience im Rahmen von Kurzpräsentationen den Dialog zwischen Experten und Anwendern ermöglichen. Die Präsentationen fanden an beiden Messetagen im Halbstundentakt statt. Die Themen umfassten Bereiche wie E-Commerce, Content & Communica-

tion, Interaction & Information Design, Dialog, Infrastruktur & Security und Traffic Analyse. Mit über 100 Referaten und Experten war die ONE Internetkonferenz eine ideale Plattform, um sich kompakt in allen Bereichen des Web Business mit Best Practices auf den neusten Stand zu bringen. Mit jedem der ONE-Experten konnten die Konferenzteilnehmer bereits vor der Messe per Knopfdruck einen Termin auf der Messe vereinbaren. Bei der Verleihung des Swiss E-Commerce Award am 9. Mai 2012 drehte sich alles um E-Commerce auf höchstem Niveau. Knapp 100 Online-Shops nahmen mit 130 Kategorienbewerbungen teil und buhlten um die Kategoriensiege und den Swiss E-Commerce Champion (Bericht über die Gewinner im MK-Online-Teil ab Seite 33). Award-Initiant Thomas Lang von Carpathia Consulting freute sich darüber, als Redner an der Award-Verleihung die «drei prominentesten Referenten im deutschsprachigen Raum zum Thema E-Commerce» zu präsentieren: «Conversion-Papst» André Morys von der Web Arts AG, Hannes Altmann, Shoplupe GmbH, und Jochen Krisch, Herausgeber Exciting Commerce. Die Award-Verleihung war sehr gut besucht. Jeder Messetag wurde zudem mit einem besonderen Spezialanlass zu einem Sonderthema abgerundet. Am Mittwoch referierte Internetpionier Daniel Niklaus im Rahmen des IFJ-Spezialanlasses über Möglichkeiten für KMU mit neuen Smartphones und handytauglichen Websites. Was es in Sachen Bildrecht und Urheberrecht im Internet zu beachten gilt, war der Inhalt des Spezialanlasses am zweiten Messtet.

Goldbach Award Night und Medienarena

Bild 2 Jurypräsidentin Leila Summa überreicht die goldene Kompassrose in der Kategorie Social Media an Livion Dainese, Fernando Perez und Oliver Vedolin (v.l.n.r.) von der Agentur Jung von Matt/Limmat.
Bild 3 Souverän durch den Abend führte Schauspielerin und Ex-Miss-Schweiz Melanie Winiger.
Bild 4 Die Agentur Wirz Werbung mit der Kampagnenverantwortlichen Petra Dreyfus (links) freut sich über Gold in der Kategorie Crossmedia.

An der Goldbach Award Night im Zürcher Kaufleuten wurden die besten Crossmedia- und Social-Media-Kampagnen mit dem Goldbach Award 2012 ausgezeichnet. Insgesamt 41 Arbeiten wurden dieses Jahr in der Kategorie Crossmedia eingereicht. Die Fachjury hat sie unter der Leitung von Jurypräsident Marco Taborelli in einem zweistufigen Prozess beurteilt und diskutiert. Mit Gold zeichnete sie die Kampagne «IKEA – Eröffnung Rothernburg» von Wirz Werbung aus. Silber geht an Advico Young & Rubicam für «HEKS – Hilfe schenken». Bronze gewinnt «Terra Chips» ebenfalls von Wirz Werbung, realisiert im Auftrag von Bischofszell Nahrungsmittel. Die Fachjury in der Kategorie Social Media hat unter dem Vorsitz von Jurypräsidentin Leila Summa insgesamt 14 Arbeiten bewertet. Ausgezeichnet wurden folgende: Gold für «Obermutten» von Jung von Matt/Limmat im Auftrag von Graubünden Ferien. Silber geht beim diesjährigen Goldbach Award zum zweiten Mal an Advico

Young & Rubicam und die Kampagne «Zweifel Snacketti Onion Rings», die im Auftrag von Zweifel Pomy-Chips umgesetzt wurde. Bronze erhält die Kampagne «Schweiz Tourismus – Ferien ohne Internet», für die Spillmann/Felser/Leo Burnett und Shortcuts Agency verantwortlich zeichnen. Mit derselben Kampagne gewinnen Spillmann/Felser/Leo Burnett und Shortcuts Agency auch den kategorienübergreifenden Spezialpreis «Best in Video», der dieses Jahr erstmals vergeben wurde. Der zweite Spezialpreis «Best in Mobile» geht an die «Lenzerheide Wetterböcke» von Jung von Matt/Limmat, realisiert im Auftrag von Lenzerheide/Graubünden Ferien. Im Vorfeld der Award-Verleihung fand traditionell die Goldbach Medienarena statt. Es referierten verschiedene Experten zum Thema Multiscreen. Dabei stand die Suche nach Content und Geschäftsmodellen im Vordergrund. Mit der Frage, ob TV in Zukunft hybrid, interaktiv und social sein wird, befasste sich Sebastian Blum, der für Booz & Company Unternehmen in elektronischen Medien bei strategischen Prozessen berät. «TV first, Internet second» war die Botschaft des bekannten deutschsprachigen IP-TV-Fachmanns Bertrand Gugel. Schliesslich versuchte Kommunikationsexperte Jean-Baptiste Felten zum Schluss etwas Orientierung in die vielen Fakten zu bringen, die im Lauf des Nachmittags präsentiert worden waren. Er zeigte auf, wie Internet und TV stetig zusammenwachsen. Wer Erfolg haben wolle, so Felten's Botschaft, müsse auf die Content-Wünsche der Zielgruppen eingehen.