

# managerLounge München 2008

## Prof. Fischer referiert bei der managerLounge am 24. Juli München

„Verschenken Sie nicht Ihr Geld mit einem nachlässigen Internetauftritt Ihres Unternehmens. Oder: Wie sich Unternehmen im Online-Geschäft profilieren können“

Prof. Dr. Mario Fischer ist Professor für Wirtschaftsinformatik an der Fachhochschule Würzburg und beschäftigt sich vor allem mit E-Commerce. Gerade bei der Gestaltung des Webauftritts sieht er noch großes Verbesserungspotenzial, was letztlich auch zu mehr Umsätzen führt. Als „Qualified Google Advertising Professional“ gilt Professor Fischer als Fachmann für Suchmaschinenoptimierung und Usability.

Wer von den weiter wachsenden Milliarden-Umsätzen im Online-Geschäft profitieren will, darf den Unternehmensauftritt im Internet nicht als lästiges Thema betrachten, sondern vielmehr als einen wesentlichen Erfolgsfaktor.

„Gerade bei mittelständischen Unternehmen ist noch viel zu holen“ und das gilt „für einen Frisör genauso wie für einen Nischenanbieter [...]. Da bleibt unvorstellbar viel Geld auf der Straße liegen. Doch auch große Konzerne und namhafte E-Commerce-Unternehmen beweisen täglich, dass noch viel zu holen ist. Jacob Nielsen hat erst vor kurzem eine große Studie abgeschlossen, die besagt, dass im Schnitt 83% Umsatzsteigerungen durch Usability-Verbesserungen realisiert werden können“, meint Fischer als ausgewiesener Experte und Berater für E-Commerce.

Dass dennoch mache Internetauftritte nicht im Fokus der Verantwortlichen stehen, liege daran, dass „man die vielen,

teilweise verzweifelten Menschen, die mit dem Unternehmen Kontakt aufnehmen möchten, nicht sehen kann.“ In einem realen Laden würde „man sich auf die Lauer legen und beobachten, warum die Kunden so viele Einkaufswagen vor der Kasse stehen lassen, warum so viele nur den Eingangsbereich betreten und auf dem Absatz wieder kehrt machen. Man würde die Gründe analysieren, abstellen und testen, ob nun durch die neuen Maßnahmen wieder neun von zehn etwas kaufen. Im Web wird das komischerweise wortlos akzeptiert.“

Dass sich Investitionen in einen professionellen Internetauftritt absolut lohnen, kann Prof. Fischer an zahlreichen Beispielen von Kunden belegen: „Einer hat uns erst letztes Jahr gebeten, ein klein wenig langsamer zu machen, weil er mit seinem Unternehmen die Anfragen, die plötzlich weltweit kamen, gar nicht mehr abarbeiten konnte.“