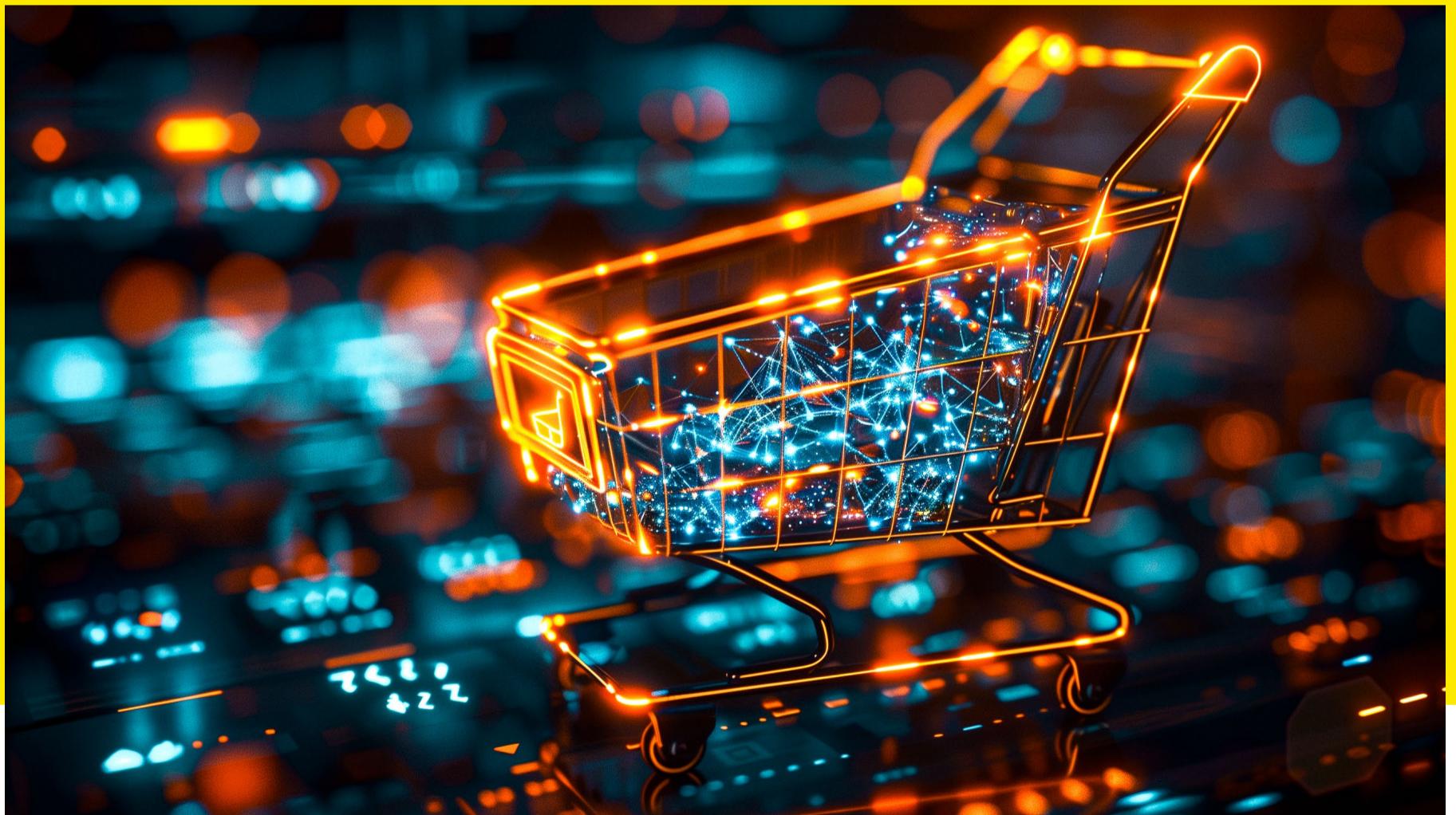


E-Commerce Best Practice Day 2025

Detailprogramm

Die Fachkonferenz für Onlinehandel mit und für Praktiker



Programm

Freitag, 20. Juni 2025
8:30 bis 20:00 Uhr

Track Zeit	E-Commerce Aula, Moderation: Darius Zumstein	B2B & Automation Raum 111, Moderation: Adele Dörner	E-Payment Raum 117, Moderation: Johannes Fenner	AI & Platforms Raum 330, Moderation: Aldo Gnocchi
ab 08.30 Uhr	Einlass & Kaffee			
09.30 – 09.50	Darius Zumstein (FHNW)			
10.00 – 10.30	Fabian Büchler (Brack.Alltron)	Roger Schweingruber (Kaiser engineering) Andrea Anliker (OMH AG)	Simon Bertschinger (namuk)	Zaniyar Jahany (MetaRoom.city)
10.30 – 10.40	Pause			
10.40 – 11.10	Lorenz Würgler (JUMBO)	Fabrizio Anner (MS Direct)	Caroline Roslund (Worldline)	Erich Althaus (CS2)
11.20 – 11.50	Beat Stoller (haar-shop.ch) & Katharina Manns (minubo)	Mario Coiro (JUMBO) Walter Oberli (Digital Enthusiast; FfD)	Marko Kusigerski & Robin Scheiwiller (PAIR Finance)	Sebastien Turpaine (Opari) & Philippe Mettler (Post)
11.50 – 13.30	Mittagessen im Glassaal			
13.30 – 14.00	Martin Stucki (LOEB), Thomas Frierss & Sebastian Theiss (XeroGrafiX)	Raffael Niklaus (FfD)	Mike Wicki (Smart Chip) & Mike Strahm (CembraPay)	Nico Bellabarba & Ashan Schenker (Headstart Collective)
14.10 – 14.40	Carolina Maertens & Ubaldo Piccone (QoQa)	Michel Janz (CRIF)	Ivan Schmid (Payrexx)	Bettina Brunner (Frauenzentrale) & Rolf Jeger (VOIMA)
14.40 – 15.10	Pause im Glassaal			
15.10 – 15.40	Erich Balan (Victorinox)	Vanessa Scheuber (FABRIMEX X-TEC) & Raphael Schifferle (BRUGG Lifting)	Dave Kauer (PostFinance)	Michèle Hürner (Biomondo)
15.50 – 16.20	Philippe Huwyler (Coop Online)			
16.30 – 17.00	Kahoot! & Diskussion Moderator: Malte Polzin			
17.00 – 20.00	Apéro Riche & Networking			
		Im Glassaal (gegenüber Aula)		

25 Vorträge von Schweizer Onlinehändlern und Forschungspartnern der FHNW.

Für Schweizer Webshop-Betreibende, Teilnehmende der **Onlinehändlerbefragung**, **Studierende & Interessenten**.

Location

FHNW Campus ORI Olten

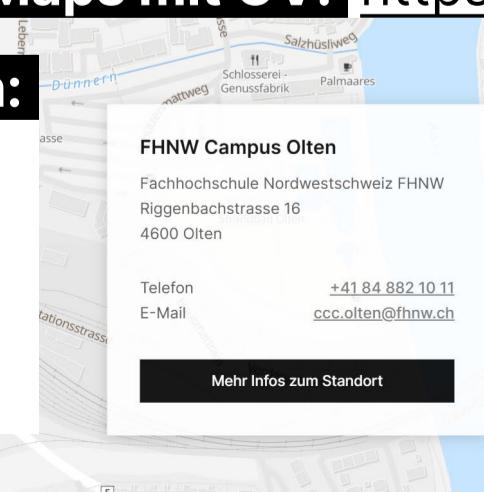
Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW
Riggenbachstrasse 16 (ORI)
4600 Olten



Parkmöglichkeiten gibt es genügend in der Tiefgarage des Gebäudes: „[FHNW Parking](#)“ in Google Maps eingeben.

Link Google-Maps mit ÖV: <https://maps.app.goo.gl/1d4uZ3LkTRrQ7wMC7>

PDF Lageplan:



Aula ORI FHNW:
Riggenbachstrasse 16

Eröffnung

Track E-Commerce, Aula
09.30 – 09.50 Uhr

KI im E-Commerce – Trends in der Schweiz

Best Practices:

- Sneak Preview der Onlinehändlerbefragung 2025: Neueste Erkenntnisse aus der Forschungsküche
- Entwicklung der KI-Anwendungen im E-Commerce:
 - Generierung von Produkttexten und -bilder mit KI
 - Suchmaschinenoptimierung mit KI
 - Generative Engine Optimization (GEO)
 - KI-basierte Verkaufs- und Service-Chatbots
 - AI Agents & AI Commerce

Lernziel: Exklusive und aktuellste Erkenntnisse zur rasanten Entwicklung des Schweizer E-Commerce mit Fokus zu KI-Anwendungen und Tools. Einen Benchmark erhalten, wie und wozu Schweizer Onlinehändler KI erfolgreich nutzen.



Speaker:

Prof. Dr. Darius Zumstein
(Professor für Digitales Marketing,
Fachhochschule Nordwestschweiz)

n|w

Keynote 1

Track E-Commerce, Aula
10.00 – 10.30 Uhr

Unboxing Potential: Der neue Brack-Auftritt

Best Practices:

- Style & Strategy: Wie BRACK.CH zu Brack wurde – und ein Branding-Konzept zum digitalen Erlebnis
- Promotional UX-Funnel: Wie Brack die neue Kampagne übersetzt hat – bis ins letzte UX-Detail
- GenAI als Enabler: Warum Brack ohne GenAI deutlich langsamer gewesen wäre – und wo die Technologie noch an ihre Grenzen stösst

Lernziel: Verstehen, wie Brack innerhalb weniger Monate einen neuen Markenauftritt umsetzte – ohne Streuverluste zwischen Design, UX und Marketing. Einordnen, wann und wie GenAI konkret unterstützen kann – von kreativer Inspiration bis zur effizienten Umsetzung im E-Com-Alltag.



Speaker:

Fabian Büchler
(Head of Performance &
Deal Marketing, Brack.Alltron)

BRACK • ALLTRON

Keynote 2

Track E-Commerce, Aula
10.40 – 11.10 Uhr

Die intelligente Brücke zum POS

Best Practices:

- Anwendungsfälle von generativer KI
- Potential der KI im Onlinehandel
- KI-Beratung bei JUMBO – Der JUMBot
- Seamless Experience und ROPO-Effekt

Lernziel: Personalisierte KI-Beratung: Wie Chatbots und virtuelle Assistenten online Kunden gezielt in den stationären Handel lotsen.

**Clevere Beratung,
fast wie in echt.**



JUMBot berät dich 24/7 rund um Garten, Haus und Hobby.



Speaker:

Lorenz Würgler
(Abteilungsleiter E-Commerce,
JUMBO)

 JUMBO

Keynote 3

Track E-Commerce, Aula
11.20 – 11.50 Uhr

Wachstum durch Klarheit

Best Practices:

- Vorstellung des Lieferanten-Portals von minubo
- Transparenz & Zugänge zu Endkunden Insights
- Exklusive Erkenntnisse durch Benchmarking
- Marketingkampagne & Reporting zu L'Oréal
- Lieferanteneinbindung im Marketing als Erfolgsfaktor
- KPIs und Uplifts im Kampagnen-Reporting

Lernziel: Die Möglichkeiten und Relevanz eines Lieferanten-Reportings verstehen. Inspiration für das eigene Benchmarking und Analytics erhalten.
Mehr Umsatz dank Kooperationen.



Speakers:

Beat Stoller

(CEO haar-shop.ch Marketing AG)

Katharina Manns (Senior Marketing Manager, minubo)



haar-shop.ch

Keynote 4

Track E-Commerce, Aula
13.30 – 14.00 Uhr

Mehr als nur ein Shop: Wie LOEB E-Commerce neu denkt

Best Practices:

- Service-First-Strategie: Warum LOEB konsequent auf Beratung und Kundenorientierung setzt
- Digitale Markenführung: Wie LOEB online das gleiche Premium-Erlebnis bietet wie im stationären Handel
- Workshops zur Identifikation von Alleinstellungsmerkmalen: Wie aus internen Stärken Erfolge werden
- Flexible Plattformarchitektur: Wie Shopware ind. Anforderungen ohne Kompromisse ermöglicht

Lernziel: Durch Fokus auf Service und Kundenorientierung im E-Commerce den Umsatz steigern und sich im Wettbewerb differenzieren können.



Speakers:

Martin Stucki

(Chief Digital Officer, Loeb/maggs.ch)

Thomas Frierss & Sebastian Theiss

(beide XeroGrafiX)

LOEB
1881

maggs
BUBENBERGPLATZ
BERN

shopware

XE
RO
GRA
FIX

Keynote 5

Track E-Commerce, Aula
14.10 – 14.40 Uhr

QoQa – Community as a Service

Best Practices:

- Community als strategischer Treiber im E-Commerce
- Value Proposition – Content oder Angebot?
Storytelling, Co-Creation, Exklusivität, Gamification
- Community ≠ nur Conversion – Daten, Insights und Wirkung

Lernziel: Verstehen, wie Community-Modelle den E-Commerce verändern und Mehrwert stiften. Erfolgsfaktoren und Mechaniken hinter Community-Angeboten. Erkennen, wie Community-Aktivitäten zu messbaren Business-Resultaten führen.



Speakers:

Carolina Maertens
(Strategic Partnerships)
Ubaldo Piccone
(Market Lead)

QoQa

Keynote 6

Track E-Commerce, Aula
15.10 – 15.40 Uhr

Vom Monolithen zur Composable-Architektur

Best Practices:

- Modulare Migration anstatt Big Bang
- API-First-Strategie
- Inkrementelle Implementierung mit Parallelbetrieb von Legacy- und Composable-Systemen zur Risikominimierung
- Nutzung von Best-of-Breed-Lösungen
- Monitoring des Gesamtsystems

Lernziel: Hintergründe und Vorgehensweise verstehen, um vom Monolithen zu einer Composable-Architektur zu gelangen - am Beispiel des Victorinox D2C Webshops.



Speaker:

Erich Balan
(Service Owner
D2C Commerce, Victorinox)



VICTORINOX

Keynote 7

Track E-Commerce, Aula
15.50 – 16.20 Uhr

Hat Online-Lebensmittelhandel eine Daseins-Berechtigung?

Best Practices:

- Entwicklungen bei Online-Supermärkten
- Omnichannel bei coop.ch
- KI-Anwendungen bei coop.ch
- Herausforderungen beim Online-Supermarkt coop.ch

Lernziel: Aktuelle Trends und Insights bei coop.ch erfahren. Die Relevanz von Mobile Commerce und den Mehrwert von Omnichannel, inklusive KI-Unterstützung, verstehen.



Starring Speaker:
Philippe Huwyler
(Leiter coop.ch)

coop

Diskussion & Kahoot!

Digitale Plattformen & Trends in der Schweiz

Panel-Teilnehmende:

- Philippe Huwyler (Online-Supermarkt coop.ch)
- Martin Stucki (Warenhaus LOEB)
- Claudio Peng (Hersteller Kärcher)

Kahoot!, Diskussion & Verabschiedung im Glassaal
bei einem Getränk, anschliessend Apéro & Networking.



Moderator:
Malte Polzin
(C-Level Mentor & Advisor,
Growth Executive, cyon)

Kahoot!



Keynote 8

Track B2B & Automation, R 111
10.00 – 10.30 Uhr

Zwischen Roboteranlagen, LinkedIn und Newslettern: Kundengewinnung in der Industrie

Best Practices:

- Vom Bauchgefühl zur datenbasierten Strategie:
Warum Industrieunternehmen ihre Online-Marketing-Massnahmen messen und priorisieren sollten
- LinkedIn statt Kaltakquise: Wie Industriefirmen durch konstante Content-Publikation Sichtbarkeit aufbauen
- Newsletter, die verkaufen: Wie erklärungsbedürftige Produkte durch einfache Inhalte Anfragen generieren

Lernziel: Die Teilnehmenden verstehen, wie Industriefirmen mit einer klaren Online-Marketing-Strategie – auch bei komplexen, erklärungsbedürftigen Produkten – neue Anfragen gewinnen können. Und mit welchen Tools.



Speakers:  

Roger Schweingruber
(Inhaber Kaiser engineering GmbH)
Andrea Anliker
(Inhaberin, OMH AG)

Keynote 9

Track B2B & Automation, R 111
10.40 – 11.10 Uhr

Fulfillment automatisieren: Wie Roboter & KI helfen, E-Commerce-Kunden zu begeistern

Best Practices:

- Fulfillment als Teil des Kundenerlebnisses verstehen
- Auf Technologien setzen, die den Unterschied machen
- Mensch und Maschine – das beste Team
- Fulfillment skalierbar und flexibel denken

Lernziel: Du lernst, wie Automatisierung, Robotik und KI im Fulfillment dafür sorgen, dass deine Kund:innen schneller, besser und nachhaltiger beliefert werden.



Speaker:

Fabrizio Anner
(Group CTO,
MS Direct)

ms•direct

Keynote 10

Track B2B & Automation, R 111
11.20 – 11.50 Uhr

Produkttexte – KI-generiert

Best Practices:

- Einheitliche, strukturierte Produktdaten als Basis sicherstellen
- Unterschiedliche Sortimente unterschiedliche behandeln
- Qualitätssicherung ist wünschenswert

Lernziel: Chancen, Gefahren und Erfolgsfaktoren für KI-generierte Produkttexte kennen und im eigenen Onlineshop gezielt nutzen.



Speakers:

Mario Coiro (Leiter E-Commerce
Sortiment & Operations, JUMBO)
Walter Oberli (Inhaber,
Digital Enthusiast GmbH)



Keynote 11

Track B2B & Automation, R 111
13.30 – 14.00 Uhr

Marketing Transformation im B2B: Strategien für nachhaltigen Erfolg

Best Practices:

- Customer Centricity leben: Marketing konsequent an den Bedürfnissen der Kunden ausrichten
- Datengetrieben arbeiten: Entscheidungen auf Basis von Verhaltensdaten treffen
- Content strategisch einsetzen: Relevanter, wertstiftender Content entlang der Customer Journey
- Digitale Markenführung stärken: Klare Positionierung und konsistentes Markenerlebnis auf allen Kanälen

Lernziel: Die Teilnehmenden kennen die Best Practices der Marketing Transformation und können relevante Erfolgsfaktoren identifizieren.



Speaker:

Raffael Niklaus
(Schulleiter E-Commerce,
Fachschule für E-Commerce, FfD)



Keynote 12

Track B2B & Automation, R 111
14.10 – 14.40 Uhr

Von Daten zu Entscheidungen: Effizientes Risikomanagement durch Automation

Best Practices:

- Ganzheitliche Risikobetrachtung
- Kombination von internen und externen Daten
- Zentrale Nutzung von Daten
- Echtzeitüberwachung, um eine schnelle Reaktionszeit zu garantieren

Lernziel: Verstehen, wie die Automatisierung von Datenprozessen und Bonitätsprüfungen das Risikomanagement im B2B optimiert und die Effizienz steigert.



Speaker:
Michel Janz
(KAM & Sustainability Lead, CRIF)



Keynote 13

Track B2B & Automation, R 111
15.10 – 15.40 Uhr

Einfach online stellen und fertig? Warum ein B2B-Onlineshop kein Selbstläufer ist

Best Practices:

- Zielgerichtete Lead-Magneten im B2B – Wie gewinne ich die richtigen Kunden?
- Partnerwahl im digitalen Business – Full-Service-Agentur oder Expertennetzwerk?
- ChatGPT im B2B-Alltag – Zwischen Hype und echter Hilfe
- Zur richtigen Zeit im richtigen Kanal – Erfolgreiche Kommunikation im B2B

Lernziel: Die Teilnehmenden erkennen Erfolgsfaktoren und Stolpersteine im Bereich Leadgewinnung, Agenturwahl, KI-Nutzung und Kommunikationsstrategie im digitalen B2B-Umfeld. Sie erhalten konkrete Entscheidungshilfen & lernen, wie sie gezielt auf ihre Herausforderungen reagieren können.



Speakers:

FABRIMEX X-TEC **BRUGG**
Lifting

Vanessa Scheuber (Leiterin Marketing, Fabrimex X-Tech)
Raphael Schifferle (Chief Marketing Officer Global, BRUGG Lifting)

Keynote 14

Raum 117
10.00 – 10.30 Uhr

Nachhaltigkeit als Wettbewerbsvorteil im E-Commerce

Best Practices:

- Simon Sinek's Golden Circle Theorie in die Realität umsetzen
- Secondhand als Erweiterung des digitalen Geschäftsmodells
- Nachhaltigkeit ist mehr als CO2 Emissionen
- MVP: klein starten, gross Träumen

Lernziel:

Verstehen wie Nachhaltigkeit als Wettbewerbsvorteil ganzheitlich strategisch eingesetzt werden kann - von der Produktentwicklung über Marketingkampagnen bis hin zum Geschäftsmodell.



Speaker:

Simon Bertschinger
(Head of E-Commerce,
namuk)



Keynote 15

Track E-Payment, Raum 117
10.40 – 11.10 Uhr

From Barrier to Booster: How Payment Can Elevate Your E-Commerce Experience

Best Practices:

- How to avoid abandoned e-commerce carts
- Keys to a powerful payment experience
- How seamless payments lead to elevated experiences

Lernziel: Payments as an experience booster: How it can become one of your strongest assets in creating loyalty, trust, and even delight



Speakerin: **WORLDLINE** 
Caroline Roslund
(Senior Go to Market Manager,
Worldline Switzerland)

Keynote 16

Track E-Payment, Raum 117
11.20 – 11.50 Uhr

KI im E-Commerce Forderungsmanagement: Smarte Daten statt starrer Mahnprozess

Best Practices:

- Wie KI aus Kauf- und Zahlungsverhalten personalisierte Mahnwege ableitet
- Adaptive Kommunikation: SMS, WhatsApp, E-Mail – je nach Zielgruppe
- Automatisierte Steuerung vs. menschliche Intervention – wo liegt das Optimum?

Lernziel:

Kennenlernen von kanalübergreifender, adaptiver Kundenansprache auf Basis von Kundendaten.



Speakers:

Marko Kusigerski
(Managing Director)
Robin Scheiwiller
(Business Development Manager)

 PAIR
Finance

Keynote 17

Track E-Payment, Raum 117
13.30 – 14.00 Uhr

NextGen Payments – Wenn Technologie auf Alltag trifft und Du bald mit dem Finger bezahlst

Best Practices:

- Entwicklung des Bezahlens: Vom Tauschhandel bis zum kontaktlosen Bezahlen
- Smart Chips im Fingernagel: Sicherheit, Komfort & Alltagstauglichkeit
- Zukunftsausblick: Agentic AI & autonomes Bezahlen

Lernziel:

Verstehen, wie sich Bezahlen technologisch weiterentwickelt. Einblick in neue Bezahltechnologien wie Smart Chips gewinnen und Zukunftstrends wie Agentic AI einordnen können.



Speakers:



CembraPay

Mike Wicki (Chief Marketing Officer,
Smart Chip Switzerland AG)
Mike Strahm (Head of Growth &
Distribution Payment, CembraPay)

Keynote 18

Track E-Payment, Raum 117
14.10 – 14.40 Uhr

Wie KMUs mit modularen Payment-Lösungen wachsen – Ein Praxisbericht aus der Schweiz

Best Practices:

- Warum Standardlösungen scheitern: Die Realität im Schweizer KMU-Markt
- Baukastenprinzip bei Payrexx: Vom Paylink bis zum POS-Terminal
- Omnichannel leicht gemacht – Lessons Learned
- Wie ein Händler durch Integration aller Kanäle den Umsatz um X% steigerte

Lernziel: Teilnehmende verstehen, wie modulare Payment-Lösungen flexibel an das Geschäftsmodell angepasst werden können und welche Rolle die nahtlose Kombination von Online- und Offline-Zahlungen dabei spielt.



Speaker:

Ivan Schmid
(CEO & Founder,
Payrexx)

payrexx[®]

Keynote 19

Track E-Payment, Raum 117
15.10 – 15.40 Uhr

Die Zukunft des Payments: Personalisierte Kundenerlebnisse im Zeitalter von KI

Best Practices: Payment bei

- Netflix, Booking.com, PlayStation, Apple, Spotify, SBB Easy Ride, Fairtiq und UBER
- Amazon Go, REWE Pick & Go und Carrefour Flash
- MIGROS App
- SwatchPAY!, Pagopace, Smart Chip und OEM Pay

Lernziel: Teilnehmende verstehen, wie KI im Zusammenspiel mit weiteren Technologien das Payment-Ökosystem transformiert und die Grundlage für personalisierte und kontextbezogene Kundenerlebnisse im E-Commerce schafft.



Speaker:
Dave Kauer
(Customer Journey Owner,
PostFinance)



Keynote 20

Track AI & Platforms, R 330
10.00 – 10.30 Uhr

Der KI-Verkäufer der Zukunft

Best Practices:

- Produktbilder per Knopfdruck generieren
- Produktvideos, die Leben einhauchen
- 3D-Modelle und AR-Visualisierungen
- Dein Persönlicher Verkäufer bei dir Zuhause
- Hyperpersonalisierung mit KI

Lernziel: Die Teilnehmenden verstehen, welche Möglichkeiten generative KI im E-Commerce heute bietet – von Bild- und 3D-Generierung bis zu smarter Beratung – und erhalten Inspiration für eigene Innovationsprojekte.



Speaker:

Zaniyar Jahany
(Metaverse Builder, MetaRoom,
Senior Researcher Associate, ZHAW)



Keynote 21

Track AI & Platforms, R 330
10.40 – 11.10 Uhr

Mit KI zur besseren UX: durch smartre Suche & Übersetzung

Best Practices:

- Mehr Conversions dank KI-optimierter Produktsuche
- Tagesaktuelle Daten automatisch in der Suche sichtbar
- Globale Skalierung durch automatisierte Übersetzungen

Lernziele:

Ihr erfährt, wie Ihr mit KI schnell und pragmatisch die User Experience Eure Plattform verbessert – ganz ohne teure Komplettlösungen.



Speaker:

Erich Althaus
(Head Consulting
& Business Developer, CS2)

CS2

Keynote 22

Track AI & Platforms, R 330
11.20 – 11.50 Uhr

Potenzial auf digitalen Marktplätzen

Best Practices:

- Potenzialanalyse auf Plattformen
- Grundlagen für den Marktplatzerfolg
- Integration von Plattformen in die Vertriebsstrategie
- Do's and Don'ts beim Einstieg auf Marktplätzen

Lernziel: Das Potenzial auf Marktplätzen einschätzen können. Erfahrungsbericht erhalten, was Dich bei einer Zusammenarbeit mit digitalen Plattformen erwartet.



Speakers:

Sébastien Turpaine
(Chief Product Officer, OPARI AG)
Philippe Mettler
(Digital Commerce Consultant, Post)²⁷

OPARI

Keynote 23

Track AI & Platforms, R 330
13.30 – 14.00 Uhr

Ads Meet AI – Mit KI zu performanten Werbevideos bei Ricardo, HelloFresh und Secend

Best Practices:

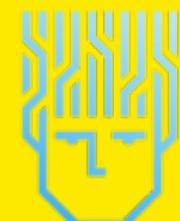
- AI in Konzept & Ideenfindung – KI für schnellere Ideation und visuelles Storyboarding nutzen
- Creative Strategy mit System – Ansätze für skalierbare, performante und datengetriebene Werbevideos
- Mehrsprachigkeit – Mit KI einsprachige Produktionen in mehrsprachige Produktionen transformieren
- AI in der Post-Production – KI bei Untertiteln, Musik, Voice-Over, Werbetexten und mehr

Lernziel: Verstehen, wie KI entlang des Kreativprozesses – von der Ideenfindung bis zur Postproduktion – eingesetzt werden kann, um Werbevideos zu gestalten.



Speakers:

Nico Bellabarba,
Ashan Schenker
(Co-Founders,
Headstart Collective)



HEADSTART
COLLECTIVE

Keynote 24

Track AI & Platforms, R 330
14.10 – 14.40 Uhr

KI-Lösungen für NPOs

Best Practices der Frauenzentrale Zürich:

- KI-gestütztes Kontaktformular als datenschutzkonforme Chatbot-Alternative
- Multi-Channel-Optimierung: Strategische Verbesserung von Shop, Ticketverkauf und Beratungsangeboten
- Datenschutzkonforme Analytics: Kanalübergreifende Nutzeraktivitäten sicher analysieren und optimieren

Lernziel: KI-gestützte Prozessoptimierung für NPOs unter Einhaltung Datenschutzstandards.



Speakers:

Bettina Brunner
(Frauenzentrale)
Rolf Jeger
(Beratungsleiter, VOIMA)



SOM
ONLINE KONFERENZ



VOIMA

Keynote 25

Track AI & Platforms, R 330
15.10 – 15.40 Uhr

Biomondo – der Bio-Marktplatz der Schweiz

Best Practices:

- Wie wir 3'000 Bio-Höfe auf eine Plattform brachten
- Wie wir ihnen die Partizipation am E-Commerce ermöglichen.
- Wie wir das digitale Marketing für alle Bio-Höfe aufbauen.
- Wie wir AI in der Content-Produktion einsetzen.
- Wie wir mit Digitalagenturen zusammenarbeiten.

Lernziel: Was du tun bzw. vermeiden solltest, wenn deine Zielgruppe lieber draussen ist als am Computer.



Speakerin:

Michèle Hürner,
(Senior Projektleiterin
biomondo, Bio Suisse)



biomondo

