

eCommerce: Ein Paradies für Online-Händler – oder vielleicht auch nicht?

Wir haben mittlerweile einen Zugriff auf ein weltweites Produktsortiment und Dienstleistungsangebot – nicht nur daheim am PC, sondern über mobile Devices überall und zu jeder Zeit. Eigentlich ein Paradies für die Kunden und natürlich auch den Handel/Dienstleister – oder vielleicht doch nicht?

In Zeiten vor dem Internet (vor nur etwa 20 Jahren) blätterte die Bevölkerung in teilweise bis zu 1000 Seiten dicken Katalogen, suchten in speziellen Lektüren, z. B. „Wer liefert was“, nutzten die „gelben Seiten“ oder sie gingen einfach in die Geschäfte und hofften, ihren speziellen Bedarf dort decken zu können. Das für den Kunden verfügbare Sortiment war somit begrenzt und oftmals wurde schon einmal ein Produkt gekauft, das nicht in allen Nuancen der Erwartung entsprach, um dem Aufwand zu entgehen, sich nochmals in das Fahrzeug setzen und zu einem weiteren Geschäft fahren zu müssen. „Gesucht – gefunden – gekauft“. Rückgaben und Retouren waren eher die Ausnahme.

Und heute: „Die Kaufentscheidung ist nur einen Mouse-Klick entfernt“. Ohne sich zu bewegen abends auf der Couch mit dem Tablett in der Hand navigieren wir durch ein weltweites Sortiment und googeln nach dem gewünschten Produkt. Anbieter auf der zweiten oder dritten Seite in der Google-Suche werden oftmals schon nicht mehr beachtet. Finde ich das gewünschte Produkt nicht, dann müssen amazon, ebay, idealo.de oder andere Online-Marktplätze herhalten. Angeklickt, bestellt, geliefert – und, falls es nicht gefällt, wird's retourniert. Alles vom Sofa aus. Sachlich, nüchtern - jedoch ohne die Inspiration des Einkaufens im stationären Handel: Aber eben sehr einfach und bequem.

Diese Situation stellt den Händler und Dienstleister vor eine völlig neue Situation: Sein Geschäft (seine Web-Site) muss gefunden werden und das Interesse des Surfers wecken. Findet der Kunde auf dem Sofa im Internet nicht die Online-Seite, gleicht dieses quasi einem stationären Geschäft am Ende einer dunklen Sackgasse in der Stadt: Kaum ein Kunde verirrt sich in ein solches Geschäft – es sei denn, der Geschäftsinhaber hat auf vielfältigen Wege auf sich aufmerksam gemacht.

04.01.2016

Bernd Kratz

Inhaber der EMA GmbH – Executive Management Advisors

Co-Founder der IDIH GmbH und eCONment GmbH