
Wie eCommerce das Onlineshopping nachhaltig verändern wird

29.01.2019, 17:55 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *PIXELMECHANICS* | *GRENZENLOS DIGITAL* | *MICHAEL ROHRMÜLLER*
Presseagentur: *PIXELMECHANICS* | *GRENZENLOS DIGITAL* | *MICHAEL ROHRMÜLLER*



eCommerce oder stationärer Handel

Umgerechnet jeder achte Euro im Einzelhandel fällt auf den E-Commerce. Welchen Reiz hat der Onlineshop gegenüber dem stationären Handel? Sind Preis und Angebotsbreite die entscheidenden Faktoren?

FREIHEIT UND UNABHÄNGIGKEIT

Ein Großteil der Nutzer schätzt am Onlineshopping vor allem die Unabhängigkeit von Ladenöffnungszeiten. Besonders stark wird diese Ansicht von Berufstätigen vertreten. Das macht durchaus Sinn. Während dieser Zeit sind sie selbst in der Arbeit. Die knapp bemessene Zeit am Wochenende will nicht in überfüllten Kauf- oder Parkhäusern mit übersteuerten Parktarifen verbracht werden.

Die Bequemlichkeit ist natürlich ebenfalls ein Faktor, der dazu beiträgt, dass die Umsätze im eCommerce Bereich Jahr um Jahr weiter ansteigen. Die Möglichkeit, dass die Ware nach Hause, wahlweise an eine Packstation oder andere Orte in Wohnortnähe, mit durchgehendem Zugang geschickt werden kann, macht das Onlineshopping attraktiv.

ANGEBOT UND PREISDIFFERENZ

Das breite Angebot vieler Onlineshops ist ein entscheidender Vorteil. Zum Teil gibt es im Web Produkte, die im stationären Handel schwer, umständlich, oder gar nicht zu bekommen sind. Rabattaktionen, die an Newsletter-Abonnements geknüpft sind, erfreuen sich großer Beliebtheit und werden sehr gut akzeptiert.

DER USER BESTIMMT IMMER MEHR DEN MARKT

Das Informations- und Einkaufsverhalten hat sich in den vergangenen Jahren sehr stark verändert. Dank größerer Smartphone-Displays ist es einfacher als je zuvor sich im Netz Rezensionen unterwegs durchzulesen und Recherchen zu einem neuen Produkt zu machen.

Die Kommunikation über Messenger-Dienste tut sein Übriges. Schnell sind Links zu Produkten, Webseiten oder Deal-Portalen verschickt. Ein weiterer Vorteil dieser „Verkaufsmethode“ ist, dass der vorherige Käufer quasi das Produkt bewirbt und dadurch in die Rolle eines Markenbotschafters rückt.

Das zweiwöchige Widerrufsrecht gibt den Onlineshoppern die Möglichkeit, innerhalb dieser Frist die Ware ohne Angaben von Gründen zurückzusenden. Dadurch entstehen den Onlinehändlern erhebliche Mehraufwände in Puncto Zeit und Geld, doch selbst dieser Aufwand lohnt angesichts der hohen Umsätze. Das hat auch der stationäre Handel begriffen und führt Umtausch auf Kulanz durch.

WIE ES IN ZUKUNFT WEITERGEHEN KANN

Das Tochterunternehmen von Otto, Bonprix, macht es vor. Im ersten Quartal 2019 eröffnet in der Hamburger Mönckebergstraße der erste digital vernetzte Store. Das Konzept dahinter? Der Laden hat jeden Artikel nur in einer Größe auf der Verkaufsfläche. Der Kunde scannt den Artikel mit seinem Handy ab und lässt sich seine passende Größe in die Umkleidekabine bringen. Dort anprobiert, können verschiedene Lichteinstellungen gewählt, und bei Gefallen, gleich in eine Einkaufstasche gelegt werden. Bezahlt wird ebenfalls mit dem Smartphone auf dem Weg aus dem Laden. Ein abschließendes Scannen des Bezahlbelegs am Checkout sorgt für Sicherheit auf beiden Seiten.

Der stationäre Handel muss sich in der Disziplin weiterentwickeln, in der er von Anfang an seinen USP hatte – erstklassige Beratung und Customer Experience. Darüber hinaus wird es immer wichtiger werden, die Offline- mit der Onlinewelt zu verknüpfen. Dem Endverbraucher muss mehr Service, wie Abholung der bestellten Produkte im Store oder kombinierte Rabattaktionen, angeboten werden. Das können alles Schlüsselfaktoren sein, um die Innenstädte weiterhin am Leben zu erhalten und Kunden langfristig an sich zu binden.

Die Konsumenten sind zu einem großen Teil bereit, einen höheren Preis zu zahlen, wenn der Service, egal ob offline oder online, stimmt. Die Annehmlichkeiten des Onlineshoppings sind groß, dennoch liegt den Endverbrauchern viel am analogen Einkaufserlebnis. Denn, wenn Shopping zu einem Erlebnis wird, haben beide Seiten etwas davon.

Portrait

Wir begleiten und unterstützen mittelständische und größere Unternehmen im Bereich digitale Lösungen.

Von der Webseite bis zur voll vernetzten IoT Lösung, stehen wir mit über 10 Jahren Erfahrung und über 700 erfolgreichen Projekten als kompetenter Partner zur Seite.

<https://www.openpr.de/news/1035462/Wie-eCommerce-das-Onlineshopping-nachhaltig-veraendern-wird.html>