

Projekt Digitale Einkaufsstadt



E-Commerce im stationären Einzelhandel

Referent: Dr. Johann Faltermeier
ibi research an der Universität Regensburg

Fulfillment – Was ist das?

Referent: Onur Düzgün
EMIRAT Handling & Fulfilment, Dachau

Zeitraum 4/2023 - 10/2024

Ein gemeinsames Projekt von



Gefördert durch



Bayerisches Staatsministerium für
Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie



Workshop eCommerce & Click&Collect und Fulfillment

Was versteht man unter E-Commerce?

Electronic commerce (deutsch: elektronischer Handel) beschreibt den gesamten Handelsverkehr im Internet. Dazu zählen hauptsächlich der Kauf und Verkauf von Waren und Dienstleistungen über Online-Shops und Online-Marktplätze im Internet. Im Allgemeinen wird der Begriff E-Commerce deshalb überwiegend für Online-Shopping verwendet.

Was versteht man unter Online-Marktplatz?

Der Begriff "Online-Marktplatz", häufig auch als elektronischer bzw. virtueller Marktplatz, E-Marktplatz, Plattform oder Portal bezeichnet, stellt elektronische Marktplatzbetreiber dar, die den Austausch von Leistungen durch das Bereitstellen einer Plattform unterstützen. Hierbei stellen sie eine Umgebung zur Verfügung, die Anbieter und Nachfrager zusammenführt und zeitgleich einen Rahmen für Transaktionsprozesse anbietet.

Vorteile und Leistungen von Marktplätzen

- Einfacher Einstieg in Online-Handel
- Sofort Reichweite ("Kunden sind schon da")
- Nutzung einer bekannten Marke
- Vorhandene Infrastruktur und Prozesse
- Absatzkanal für breites Produktspektrum u.a. auch Restposten
- Einfache Möglichkeit zur Internationalisierung
- Kalkulierbare Kosten
- Marketing des Marktplatzes und vorhandene Werbelösungen
- Zahlungsabwicklung und Zahlungssicherheit
- Kundenservice
- ggf. Logistik- und Versandservices
- Zusatzservices z.B. Gutscheine, Schulungen

Wichtigsten Marktplätze und Marktplatzarten in Deutschland

Platzhirsche

- Amazon
- Ebay



Etablierte

- Otto Market
- Kaufland
- Rewe, Plus
- Etsy

Special Interest

- Zalando
- AboutYou
- Schuhe24
- Douglas

Lokale Marktplätze

- Mein Heilbronn
- Main Lokal Shop

Was versteht man unter Online-Shop?

Ein „Online-Shop“ bietet die Möglichkeit, eine Transaktion zwischen Kunden und Händlern gänzlich elektronisch durchzuführen. Transaktionen bestehen hierbei aus Informationsbeschaffung, Vereinbarung, Abwicklung und Service.

Vorteile für den stationären Einzelhandel durch Einführung eines Online-Shops

- Die Studie „Handel im Digitalen Wandel: wie online eingekauft wird“ des Forschungs- und Beratungsinstituts ibi research an der Universität Regensburg GmbH ergab, dass die Mehrheit der Shopper lieber im Internet als in stationären Geschäften einkauft.
- Nur noch jeder Zehnte bevorzugt das stationäre Geschäft und kauft kaum oder gar nicht im Internet ein.
- Der Anteil der leidenschaftlichen Online-Shopper ist seit der Corona-Pandemie stark gestiegen.
- Bequemlichkeit und günstige Preise sind die Hauptfaktoren für den Online-Kauf.
- Ibi research stellt fest, dass knapp ein Viertel der Befragten einmal pro Woche einen Einkauf im Internet tätigt.
- Der stationäre Einzelhandel kann wesentlich von E-Commerce-Anwendungen profitieren. Die Zielgruppe wird durch die Nutzung verschiedener Kanäle erreicht und der Kundenstamm wesentlich vergrößert.

Eine Vorgehensweise ist z.B. das Click & Collect-Verfahren – hierbei werden Online-Bestellungen kostenlos ins Ladengeschäft geordert und durch den Kunden abgeholt.



Leitfragen für die Umsetzung eines Online-Shop-Projekts:

- **Welches Shopsystem soll ich verwenden?**

- Darunter werden die Software und die technische Umgebung verstanden.
- Das Shopsystem stellt Waren und digitale Güter zum Verkauf bereit und fungiert als Schnittstelle zum Kunden.

- **Welche Online-Bezahlssysteme sind für mich wichtig und sinnvoll?**

- Die beliebtesten Bezahlverfahren in Online-Shops sind PayPal, Rechnung, Kreditkarte und Lastschrift

- **Wie wird mein Online-Shop optimal im Internet gefunden?**

Die bloße Umsetzung eines Online-Shops ist noch kein Garant für einen hohen Traffic. Potenzielle Kunden kaufen zu 64 Prozent am liebsten oder sogar ausschließlich im Internet ein. Um Nutzer auf den Online-Shop aufmerksam zu machen, werden unterschiedliche Marketingmaßnahmen angewandt.

Dazu zählen als wichtigste Maßnahmen:

1. **Suchmaschinenmarketing (SEM)**

Suchmaschinenmarketing umfasst alle Maßnahmen, um mit ausgewählten Keywords organisch oder über online-Werbeanzeigen ein besseres Ranking zu erzielen und so Menschen, die nach den Keywords suchen, auf die eigene Website zu locken. Mit einem ausgefeilten Suchmaschinenmarketing können Sie besser mit Ihren Zielgruppen in einen Dialog treten, sie zu bestimmte Handlungen bewegen und mehr über ihre spezifischen Bedürfnisse erfahren.

2. **Affiliate-Marketing (deutsch: Partner-Marketing)**

Beim Affiliate-Marketing handelt es sich um eine leistungsorientierte Marketingstrategie, bei der Kreative, Influencer und Unternehmer Geld verdienen, indem sie für ein Produkt oder eine Dienstleistung eines Einzelhändlers werben. So funktioniert Affiliate-Marketing: Ein Affiliate bewirbt bei den Besuchern seiner Website, seines Blogs oder seines sozialen Netzwerks einen Partnerlink → ein Follower klickt auf den Link → der Follower tätigt seinen Kauf → das Affiliate Netzwerk erfasst die Transaktion → der Affiliate erhält eine finanzielle Provision (z.B. Check24.de)



3. **E-Mail-Marketing**

E-Mail-Marketing ist eine wirkungsvolle digitale Marketingstrategie, bei der gezielte und personalisierte E-Mails an eine bestimmte Zielgruppe gesendet werden. Ziel dabei ist das Bewerben von Produkten sowie Dienstleistungen oder die Pflege von Beziehungen. Es ermöglicht Unternehmen, direkt mit ihren Kunden oder Interessenten zu kommunizieren, wertvolle Inhalte zu teilen und gewünschte Aktionen wie Verkäufe oder Engagement voranzutreiben.

Gründe, warum Unternehmen E-Mail-Marketing nutzen sollten: Fördert die Kundenbindung, höhere Konversionsraten, eine stärkere Kundenbindung und -loyalität sowie die Möglichkeit, flexibel zu sein und mit den Bedürfnissen zu wachsen.

4. **Social Media Marketing**

Dazu gehören alle bezahlten und unbezahlten Marketingmaßnahmen, die über soziale Medien laufen. Hauptziele sind Markenbildung, Steigerung der Markenbekanntheit, Neukundengewinnung und Kundenbindung.

→ In Deutschland haben folgende soziale Medien die größte Bedeutung: Facebook, YouTube, Instagram, Twitter, Pinterest, LinkedIn, Snapchat, Xing.

5. **Display Marketing**

Display Marketing ist eine Form der Online-Werbung, bei der visuelle Elemente eingesetzt werden, um Aufmerksamkeit zu erregen und eine Botschaft zu vermitteln. Die gebräuchlichste Form des Display Marketing ist die Bannerwerbung. Dabei handelt es sich um kleine Bilder oder Videos, die auf Webseiten erscheinen, oft in den Seitenleisten oder am oberen oder unteren Rand der Seite. Display Anzeigen können statisch oder animiert sein ebenso können diese Texte, Fotos, Videos oder andere Informationen enthalten.

→ Viele Unternehmen nutzen Display Marketing, um ihre Produkte oder Dienstleistungen online zu bewerben und es kann eine effektive Methode sein, um potenzielle Kunden zu erreichen.

Wie messe ich den Erfolg meines Online-Shops?

Der Erfolg von Marketingmaßnahmen oder -kampagnen kann mit einer Analytics-Software in Echtzeit überprüft, überwacht und gemessen werden.

Auf welche rechtlichen Bestimmungen muss ich als Online-Shop-Betreiber achten?

Die Einhaltung rechtlicher Rahmenbedingungen und Vorschriften ist zwingend erforderlich und sehr wichtig, um Strafen, gesetzliche Verstöße und Klagen von Seiten der Verbraucher zu vermeiden.



Es gibt noch weitere wichtige To-Dos, die durchgeführt werden sollten:

- Kategoriebezeichnungen und Hierarchieebenen des Online-Shops festlegen
- Qualitativ hochwertige Produktfotos verwenden
- Verständliche und eindeutige Produktnamen sowie eine klare Produktbeschreibung erstellen
- Preisermittlung der angebotenen Produkte durchführen
- verfügbare Lieferoptionen und -zeiten angeben
- Zugangsdaten für Zahlungsanbieter anbieten
- Design- und Darstellungsoptionen passend zum Unternehmen umsetzen
- Cross-Selling-Funktionalitäten gegebenenfalls einbinden
- → Unter Cross-Selling versteht man den Verkauf von verwandten bzw. ergänzenden Produkten oder Dienstleistungen
- Verschlüsselung und Sicherheit der Webseite sicherstellen
- Eintragung bei kostenlosen lokalen Branchen- & Shoppingverzeichnissen
- Kartendienste und lokale Suchmaschinen-Optimierung nutzen
- Bewerbungsportale zur Unterstützung nutzen

→ Darüber hinaus ist es unverzichtbar, die Absatzlogistik sowie die Versandprozesse im Unternehmen an den Online-Vertrieb anzupassen. Full-Service-Dienstleister bieten hierfür neben spezifischen Leistungen zum Online-Shop sowie zum Kundenservice auch Lösungen für die Logistik und das Fulfillment an.



Workshop 2:

Fulfillment – Was ist das?

Referent: Onur Düzgün, EMIRAT Handling & Fulfillment

Was versteht man unter Fulfillment?

Fulfillment bezieht sich auf die Abwicklung von Bestellungen und den Prozess, bei dem Produkte an Kunden geliefert werden. Das umfasst Lagerhaltung, Kommissionierung, Verpackung und Versand. Im breiteren Sinne kann Fulfillment auch bedeuten, die Bedürfnisse oder Erwartungen von Kunden oder anderen Parteien zu erfüllen.

Vorteile von Fulfillment-Outsourcing für kleine und mittlere Unternehmen

- Reduzierte Kosten für die Lagerung, den Versand und die Verwaltung
- Verbesserte Effizienz der Fulfillment-Aufgaben
- Skalierbarkeit - Flexibilität auf Wachstum & saisonale Schwankungen zu reagieren
- Zugang zu Fachwissen und Technologie
- Konzentration auf Kernkompetenzen und Geschäftsausbau

Mögliche Nachteile

- Reduzierter direkter Kunden-Kontakt
- Doppelte Lagerhaltung
- Externe Kosten

Wesentliche Schlüsselfaktoren für ein erfolgreiches Fulfillment im stationären Handel“

- Lagerbestandsverwaltung: Effiziente Bestandsverwaltung zur Vermeidung von Überverkäufen oder Lagerengpässen
- Komplexität der Auftragsabwicklung: Funktionale Auftragsabwicklung zur Sicherstellung rechtzeitiger Bearbeitung für prompten Versand
- Versand und Lieferung: Exakte Koordination von Lieferungen, Verpackungsmaterialien und Versanddienstleistern zur Sicherstellung angemessener Kostenkalkulation und rechtzeitigen Bestellauslieferungen
- Retouren-Management: Etablierung klarer Rückgabe- und Umtauschrichtlinien zur Vermeidung von Unannehmlichkeiten für Kunden
- Kundenservice: Perfekte Kundenservicegewährleistung online/offline ist entscheidend für die Kundenzufriedenheit
- Zusammenarbeit zwischen stationären und Online-Team: Sicherstellung der reibungslosen Erfüllung von Bestellungen und Kundenerwartungen durch enge Kooperation

