

E-Commerce

Was bedeutet E-Commerce?

Als **E-Commerce** wird der elektronische Handel bezeichnet, der zum E-Business gehört. Dieser Oberbegriff umfasst sämtliche elektronische Nutzungsformen wie den elektronischen Handel, das Werben, Kaufen und Verkaufen von Produkten sowie Dienstleistungen im Internet. Der E-Commerce ist eines der Hauptgeschäftsmodelle, ein klassisches Beispiel ist das Online-Shopping.

Merkmale

Wesentliche Merkmale des E-Commerce sind die elektronischen **Geschäftsprozesse** zwischen Unternehmen (**B2B**) und zwischen Unternehmen und Konsumenten (**B2C**). Kunden können in elektronischen Produktkatalogen stöbern und mit wenigen Klicks ihre Bestellung aufgeben und bezahlen. Ziel des elektronischen Handels ist die **Optimierung** der Verkaufsprozesse, um den Umsatz zu steigern. Hierfür sollen sämtliche Arbeitsvorgänge effizienter gestaltet und die Kosten gesenkt werden. Den Unternehmen stehen mit Onlineshops, Marketplaces wie Amazon oder Auktionsplattformen neue Absatzkanäle zur Verfügung. Neben der **Kundengewinnung** durch Social Media, digitalen Anzeigen und Newsletter können Unternehmen mit relativ wenig Aufwand zudem viele Kundenbeziehungen pflegen.

Vorteile des E-Commerce

Der E-Commerce hat viele Vorteile sowohl für die Unternehmen als auch für die Kunden:

- **Globaler Markt:** Das Internet ermöglicht einen unabhängigen Verkaufsstandort. So können Online-Händler sowohl national als auch international neue Kunden gewinnen, ohne neue Standorte eröffnen zu müssen. Für Konsumenten hat der E-Commerce den Vorteil, dass sie aus einem riesigen Angebot wählen, sowie Qualität und Preise direkt vergleichen können.
- **Effizienter Kaufprozess:** E-Commerce ermöglicht das Einkaufen ohne zeitliche Verzögerung. Konsumenten müssen ein Geschäft nicht mehr vor Ort aufzusuchen, um ein Produkt zu kaufen. Sie können im Internet rund um die Uhr von zu Hause oder von unterwegs bestellen. Auch Dienstleister können ihre Leistungen online anbieten. So kann beispielsweise ein Reisebüro die

Kunden online beraten und Buchungen vornehmen.

- **Senkung der Kosten:** Aufgrund des Onlinehandels sind keine neuen Unternehmens- und Lagerstandorte notwendig. Entsprechende Systeme sorgen für die Überwachung des Lagerbestands und Geldflusses automatisch, was die Koordination der unterschiedlichen Unternehmensbereiche erleichtert und zudem neue Geschäftsmodelle ermöglicht. Unternehmen können auch Kooperationen mit Online-Dienstleistern eingehen, um von der hohen Reichweite dieser Marktplätze zu profitieren.
- **Hohe Reichweite:** Social Media, [Corporate Blogs](#) und die eigene Unternehmenswebsite sind kostengünstige und effektive Maßnahmen, um für das eigene Angebot zu werben. So können Firmen beispielsweise von der hohen Reichweite von Facebook profitieren, wenn diese dort aktiv sind. Zudem lassen sich [Suchmaschinenmarketing](#) und Online-Anzeigen oftmals mit kleinerem Werbebudget erfolgreicher und zielgruppenspezifischer umsetzen als Print-Anzeigen oder TV-Werbung.
- **Kundennähe:** Über Social Media können Unternehmen sowohl einen persönlicheren Kontakt zu potenziellen Kunden herstellen als auch ihr Image verbessern. Durch die Erstellung von Kundenprofilen lassen sich Werbemaßnahmen besser planen und das Sortiment entsprechend der Nachfrage anpassen.
- **Höhere Kundenzufriedenheit:** Dank E-Mail-Support, Online-Kontaktformulare oder Chats können Kunden ihre Anfragen rund um die Uhr stellen und erhalten innerhalb kürzester Zeit eine Antwort.

Nachteile

- **Aufwendiges Implementieren:** Für Unternehmen bedeutet E-Commerce eine Investition in Zeit und Geld.
- **Werbeaufwand:** Neben der großen vorhandenen Konkurrenz im Internet hat sich zudem durch Smartphones und Social Media die Aufmerksamkeitsspanne der Nutzer verkürzt. Deshalb sind ein professionelles Suchmaschinenmarketing und eine intensivere Betreuung erforderlich, um die entsprechende Zielgruppe erfolgreich zu erreichen.
- **Fehlende Beratung:** Nicht jeder Online-Händler hat die entsprechenden Ressourcen, um einen

24-Stunden-Kundenservice oder einen Chatbot anbieten zu können. Insbesondere bei Produkten und Dienstleistungen, die einen hohen Erklärungsbedarf haben, kann der E-Commerce persönliche Beratungsgespräche vor Ort nicht ersetzen.

- **Individualisierung:** Eine große Herausforderung im E-Commerce ist die Individualisierung des Einkaufserlebnisses. Hier werden personalisierte Angebote und Werbung immer wichtiger. Denn Kunden erwarten heutzutage nicht nur Angebote, sondern auch eine individuelle Ansprache und passende Kaufempfehlungen. Durch die Analyse des Kauf- und Surfverhaltens lässt sich das Online-Shopping jedes einzelnen Konsumenten besser personalisieren. Unternehmen erfahren so mehr über die Produktvorlieben und Zahlungsbereitschaft ihrer Kunden.
- **Mobile Ausrichtung:** Da das Online-Shopping immer häufiger von den mobilen Endgeräten aus erfolgt, müssen [Websites responsiv](#) gestaltet werden. So müssen diese an unterschiedliche Ausgabeformate angepasst werden, womit die Navigation über das kleine Display der Smartphones sowie Tablets vereinfacht und die Ladezeiten verkürzt werden.
- **Ab sprung:** Im Gegensatz zum herkömmlichen Ladengeschäft kann der Kunde zu jederzeit den Einkauf plötzlich abbrechen und zu einer Konkurrenzseite wechseln. Hier gibt es zahlreiche Gründe, warum Kunden ihren Online-Einkauf abbrechen. So führt unter anderem sowohl eine komplizierte [Benutzerführung](#) als auch lange Ladezeiten zu Abbrüchen.

Fazit

Immer mehr Konsumenten kaufen Produkte über das Internet. Diesen Trend haben viele Unternehmen erkannt und setzen daher vermehrt auf den E-Commerce. Das Online-Shopping bietet den Kunden einen hohen Komfort und Schnelligkeit. Für Unternehmen öffnet der E-Commerce neue Möglichkeiten und reduziert dabei Kosten, die bei herkömmlichen Verkaufswegen entstehen. Allerdings kann der hohe Konkurrenzkampf dazu führen, dass der Onlineshop nicht die nötige Reichweite und Aufmerksamkeit erzielt. Grundsätzlich sorgt der E-Commerce mit entsprechenden **Marketingmaßnahmen** jedoch dafür, dass neue Kunden gewonnen werden und die jeweilige [Zielgruppe](#) besser erreicht wird. Dies führt schließlich zu mehr Umsatz.