



Personalberater Thomas Frey kann auf eine langjährige Erfahrung im Ladenbaumanagement und auf ein umfassendes Shopfitting-Netzwerk zurückgreifen.

E-Commerce: Herausforderungen bei Online-Shops

# So geht man die Shop-Digitalisierung richtig an

Am E-Commerce führt kein Weg mehr vorbei. Aber welches Know-how müssen die IT-Experten eigentlich mitbringen, die den Einzelhandel in die digitale Welt bringen? Ein Gastbeitrag von Personalberater Thomas Frey, der sich auf die Themen Einzelhandel und Ladenbau spezialisiert hat.

Eine Schlagzeile sorgte im Frühjahr für Aufsehen: Die Werbeausgaben in den USA sind auf ein Allzeit-Hoch von 212 Mrd. Dollar gestiegen. Vor allem der Online-Handel treibt den Boom voran: Branchen-Primus Amazon hat binnen eines Jahres seine Werbeeinnahmen auf sechs Milliarden Dollar verdoppelt. Denn immer mehr Menschen kaufen immer mehr Waren online. So wollen 30 Prozent der Verbraucher Möbel lieber im Netz als stationär auswählen, hat die Unternehmensberatung PwC herausgefunden. Der Möbel-Einzelhandel reagiert darauf und bietet immer mehr Produkte online an. Doch digitale Zukunfts-Trends stellen den E-Commerce vor ganz neue Herausforderungen: Wie soll mein Shop aussehen, um auch morgen noch Kundenwünsche zu erfüllen? Und: Wer kann das umsetzen? Vier Fragen helfen, den passenden Dienstleister zu finden:

Was wollen meine Kunden? Am Anfang steht immer der Verbraucher: Nach welchen Produkten sucht er? Welchen Service erwartet er? Das Informieren über Produkte ist die Pflicht-Aufgabe. Aber: Die Kunden sind nicht nur an Fakten interessiert, die sie durch Internet-Recherche oft bestens kennen. Sie suchen nach Empfehlungen, Ideen und Alternativen. Im stationären Handel ist dies die Aufgabe gut geschulter Verkäufer. In der digitalen Welt

muss der Online-Shop Antworten geben. IT-Dienstleister, die beauftragt werden, müssen ein Gespür für die Wünsche haben und wissen, wie sie diese in die digitale Welt übersetzen: Vom Einrichtungs-Blog bis hin zum Chatbot, der rund um die Uhr Kundenfragen kompetent beantwortet.

Welche Technologien werden wichtig? Ein Beispiel: Sabine sitzt in ihrer Wohnung und scannt mit dem Smartphone den Grundriss ihrer Küche. Den Scan sendet sie an ihr Möbelhaus. Drei Stunden später erhält sie eine SMS: Die neue Küche ist eingerichtet und steht zur Besichtigung bereit. Vor Ort lässt sie das Design auf sich wirken, fühlt die Oberfläche, nimmt den wohligen Geruch der Möbel wahr und stellt sich vor, wie die neue Küche zuhause aussehen würde. Anordnung, Aufbau und Design wurden mit einem Datenmodell erschaffen, der Gang durch die Küche findet via Holo-3D-Brille und taktilen Handschuhen statt. Die Daten werden aufgearbeitet und direkt an den Hersteller übermittelt, gespeichert und durch Algorithmen zu Ideen für die Optimierung ausgearbeitet. Der Umgang mit Daten sowie die kluge Einbindung neuer Technologien aus Virtueller Realität und Künstlicher Intelligenz machen den Einrichtungs-Shop der Zukunft aus. Einzelhändler sollten sich auf



Illustration: Thomas Frey

Messen oder bei spezialisierten Beratern über die großen Trends informieren und die Anforderungen an IT-Dienstleister in Pflichtenheften festhalten.

Eigener Shop oder Plattform? Oder beides? Das rasante Wachstum von Amazon stellt Einzelhändler vor die Frage: Soll ich da mitmachen? Wer sich über Online-Plattformen zusätzliche Vertriebskanäle öffnen will, sollte vorab Aufwand und Ertrag berechnen. Und beachten, dass Produkte auf Plattformen fast immer unter einem hohen Preiswettbewerb stehen. Wenn stationär und im eigenen Online-Shop und über Plattformen verkauft wird, ist ein IT-Dienstleister wichtig, der all diese Dimensionen versteht: Das gilt besonders für ein funktionierendes Warenwirtschaftssystem, das multi-channel-fähig ist.

Was bedeutet das für meine eigenen Prozesse? Die digitale Revolution

verändert den Einzelhandel auch in Fragen der Qualifikation. Neue Spezialisten übernehmen die Aufgabe, die Digitalisierung im Betrieb voranzutreiben und neue Märkte für ihren Arbeitgeber zu erschließen. Sie bringen Fachkenntnisse bei der Organisation von Datenarchitektur und Schnittstellen mit, sind kommunikationsfähig und haben Leadership- sowie Management-Skills. Die Ausrichtung des Online-Geschäfts muss auch in die Personalplanung einfließen: Ob durch Festanstellungen oder Zusammenarbeit mit Freelancern. Digitale Trends wie Künstliche Intelligenz (KI) oder Internet of Things (IoT) sollten dann in die Fort- und Weiterbildung aufgenommen werden. Dazu gehört neben dem fachlichen Know-how auch Finger-spitzengefühl für Kundenwünsche im digitalen Zeitalter.

■ <https://ladenbau.careers/de/start>