



Presseinformation

Trendstudie von netz98 fühlt dem E-Commerce auf den Puls

Quo Vadis E-Commerce 2016? Sechs Meinungen aus der Branche

Mainz, 09. März 2016 +++ Volle Kraft voraus ... in unterschiedlichste Richtungen! Das wird das Motto des E-Commerce 2016. Nach dem der Onlinehandel technisch und in der Verbreitung einen hohen Reifegrad erlangt hat, machte sich in der Branche zuletzt etwas Ratlosigkeit breit. Eine bessere Systemintegration und Mobile Commerce dank responsiver Themes können nicht die Antwort auf alle Anforderungen sein. Also sucht sich die E-Commerce-Branche neue Betätigungsfelder und neue Visionen. Man lässt sich von anderen Branchen im Digital Business inspirieren, arbeitet an Verticals und Synergien mit anderen Disziplinen, baut Mikrotrends zu neuen Geschäftsmodellen aus und löst sich vom klassischen Shopsystem. Welche Themen besonders spannend werden und wo sich die größten Veränderungen anbahnen, das hat die E-Commerce Agentur netz98 (netz98.de) in ihrer Trendstudie „[Zukunftsthemen im E-Commerce 2016](http://www.netz98.de/zukunftsthemen/ausgabe-2016/)“ (www.netz98.de/zukunftsthemen/ausgabe-2016/) zusammengetragen.

1. Shop-Technologien von morgen

Einer der Schwerpunkte wird der Kampf zwischen E-Commerce-Sauriern und -Säugetieren sein. Die Entwicklungs- und Skalierungsfähigkeit vieler klassischer On-Premise Shoplösungen ist begrenzt, entsprechende Projekte sind langwierig. Wer heute aber E-Commerce betreibt, kann sich nicht mehr sicher sein, was der Kunde morgen möchte. Nur wenige Lösungen wie Shopware und Magento haben den nächsten Entwicklungssprung zu Modularität und Agilität geschafft. Dafür wächst mit Spryker, commercetools, OroCommerce etc. eine neue Riege heran, die einen individuellen E-Commerce für die Mittelklasse und das Enterprise-Niveau verspricht. Doch welche Lösung passt zu wem und welche Technologie macht das Rennen? Alles deutet in eine bestimmte Richtung.

2. Omni-Channel ist von gestern

Wenn Kunden die Erwartung haben, jederzeit und überall zu shoppen, wollen wir diese Erwartung enttäuschen? Der E-Commerce ist einst angetreten, um den Handel zu revolutionieren. Jeder sollte alles bequem von zu Hause aus bestellen können – das war das Ziel. Doch was hat sich in den letzten Jahren getan? Ist die Optimierung klassischer

Onlineshops alles, was der Branche einfällt? Oder wird sie sich an die guten Vorsätze erinnern und den nächsten Entwicklungsschritt wagen? Beginnt 2016 endlich die Ära des Kunden? Kann sich der E-Commerce zum Omni-Commerce entwickeln?

3. Machine Learning

Datengetriebener E-Commerce ist seit einiger Zeit ein Thema für Agenturen, Hersteller von Webanalyse-Lösungen und BI-Softwareanbieter. Die Auswertung von Shopdaten verspricht ein immer besseres Verständnis der Kunden – und damit eine wirksamere Ansprache sowie ein präziseres Targeting. Noch ist dies kein Standard, da bahnt sich im Hintergrund bereits die nächste Entwicklung an – und die wird disruptiv sein. Dank Machine Learning entstehen gerade Systeme, die selbstständig lernen, die unser Verhalten und unsere Bedürfnisse präzise voraussehen und sich autonom daran anpassen. Ist der persönliche digitale Assistent, dem wir auch das Shopping anvertrauen, nicht mehr weit?

4. Kundenzentrierung: UX- und UI-Design

Omni-Commerce und die technologischen Entwicklungen fokussieren letztlich nur eines: den Kunden. Doch worüber interagiert der Kunde in der Regel mit dem Händler? Das Frontend! Customer Centricity wird also ein besonderes Thema für Design und Frontend-Entwicklung sein. Doch lässt sich dies mit herkömmlichen Methoden umsetzen? Oder braucht es im E-Commerce nicht vielmehr ganz neue Ansätze wie ein User Centered Frontend?

5. Online-Vermarktung:

Selbst Online-Marketer sind nicht mehr das, was sie früher einmal waren: Allrounder. Die immer höhere Komplexität der Vermarktungsprozesse durch immer mehr Akteure und Möglichkeiten zwingt zu einer Spezialisierung. Damit steigt zwar die Performance in Einzelbereichen, aber der ersehnte Gesamterfolg bleibt aus. Der Onlineshop erzielt dennoch nicht mehr Umsatz, die Konversionsrate steigt nicht, und ein Marketing-ROI ist praktisch nicht messbar. Was braucht es also 2016, um im E-Commerce zu skalieren?

6. Wo liegt der Point of Sale?

Die Multichannel-Orientierung der Shopper und der digitale Wandel können ein Glücksfall für den stationären Handel sein. Neue Studien belegen, dass der stationäre Handel nicht ausstirbt und eine große Konsumentengruppe nicht ausschließlich im Internet einkauft. Also sollte es jetzt für den Handel heißen, offen für neue Technologien zu sein und endlich gemeinsam mit allen Akteuren kanalübergreifend zu handeln, um neue Marktchancen zu nutzen. Doch inwieweit kann der Handel den damit einhergehenden Kontrollverlust am Point of Sale tolerieren? Und wie lässt sich die neue Handelsform organisieren?

Die Antworten auf all diese Fragen lesen Sie in der aktuellen Trendstudie von netz98

„[Zukunftsthemen im E-Commerce 2016](http://www.netz98.de/zukunftsthemen/ausgabe-2016/)“ (www.netz98.de/zukunftsthemen/ausgabe-2016/)



Presseinformation

Über die netz98 new media GmbH

Die netz98 new media GmbH (www.netz98.de) ist eine auf E-Commerce und Online-Business spezialisierte Agentur. Mit ihren interdisziplinären Expertenteams betreut netz98 ganzheitlich E-Commerce-Projekte. Das Dienstleistungsspektrum reicht von der E-Commerce-Beratung über die Shop-Umsetzung und Shop-Optimierung bis zur Shop-Betreuung und Vermarktung. Auf dem Blog Regalsprecher (www.netz98.de/regalsprecher) posten die Experten von netz98 regelmäßig über interessante Hintergründe und Trends zu diesen Themen.

In Mainz, Hamburg, München und Würzburg beschäftigt netz98 als Magento Gold-Partner insgesamt 55 Mitarbeiter, die im Jahr 2014 einen Umsatz von 4,2 Mio. Euro erwirtschafteten. Dabei stehen „Leidenschaft“ und „messbarer Erfolg“ im Fokus aller Aktivitäten für die Kunden.

Zu diesen Kunden zählen unter anderem AXRO, BAUHAUS, Bibliographisches Institut (Duden), Friedrich Niemann, MDM Münzhandelsgesellschaft, PartsRunner, Polo Motorrad, SEAT, Škoda, SSI Schäfer und T-Online.

Kontakt:

netz98 new media GmbH
Tim Hahn
Haifa-Allee 2
D-55128 Mainz
Tel: +49 (0)6131-90798-98
Fax: +49 (0)6131-90798-99
E-Mail: t.hahn@netz98.de
Internet: www.netz98.de
twitter.com/netz98

Möller Horcher Public Relations GmbH
Niederlassung Freiberg
Sandy Wilzek
Heubnerstr. 1
D-09599 Freiberg
Tel: +49 (0)3731-2070-910
Fax: +49 (0)3731-2070-929
E-Mail: sandy.wilzek@moeller-horcher.de
Internet: www.moeller-horcher.de