

*Der Autor: Kevin Klark, überarbeitet bei R.L. Freiermuth RLF Soft GmbH*

**Ob B2B, B2C, D2C – Im Jahr 2021 hat niemand auf Ihren Webshop gewartet. Und trotzdem ist E-Commerce für jedes Unternehmen überlebenswichtig. Eine E-Commerce Strategie muss jedoch nicht zwangsläufig bedeuten, dass man einen eigenen Webshop betreiben muss.**

Gemäss einer länderübergreifenden Studie der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW) konnten die Webshops in der Schweiz nicht nur Neukunden gewinnen. Sie verzeichneten auch eine höhere Bestellfrequenz und ein entsprechendes Umsatzwachstum.

In der Vergangenheit haben viele Webshops zwar gute Umsätze generiert jedoch aber ohne Gewinn. Inzwischen haben sich viele Webshops bei den Kunden etabliert und wurden für ihren Fokus auf E-Commerce belohnt.

### ***Das böse Internet***

Ein Webshop ist nichts Anderes als ein Vertriebskanal, der bereits in die Jahre gekommen ist: Im Oktober 1995 ging Amazon live! Wurden Webshops Ende der 90er und Anfang der Jahrtausendwende von etablierten Firmen noch als Spielplatz von Freaks belächelt, haben sie in den 2010er Jahre aufgerüstet, nachgezogen und mit Multi- (verschiedene getrennt betriebene Vertriebskanäle) und Omnichannel (synergetische Planung, All-Kanal-Vertrieb), neue Varianten etabliert.

Währenddessen haben sich viele KMU weiterhin mit der Entscheidung schwergetan, einen Vertriebskanal im Internet aufzubauen. Gewisse Anbieter glaubten sogar, dass E-Commerce für alle anderen relevant sei, nur nicht für sie.

Jahrelang haben sich diese im Erfolg gesonnt und bemerkten nicht, dass sie bei den Kunden langsam irrelevant werden.

Andere haben sich einen Webshop, bei einer Werbeagentur bauen lassen und mussten merken, dass ein technisches Tool nicht reicht.

Jeder Vertriebskanal braucht Werbung, Aktivitäten und ein Sortimentsmanagement. Dieses Kanal Know-how ist im Unternehmen und bei vielen Webagenturen meist schlichtweg nicht vorhanden.

«Das böse Internet ist gekommen und hat alles kaputt gemacht.» So könnte man Presseberichte über Ladenschliessungen interpretieren. Dass dabei eine Strategie für die digitale Welt gefehlt hat, wird gerne verschwiegen. E-Commerce hat ich in den letzten 25 Jahre weiterentwickelt und so muss jedes

Unternehmen seine E-Commerce Strategie immer hinterfragen und regelmässig neu ausrichten.

**«Eine E-Commerce Strategie bedeutet nicht, dass man einen eigenen Webshop betreibt.»**

### **Webshop-System und Design sind unwichtig!**

Bei der Strategie sollte das Unternehmen eine Definition für sein aktuelles und künftiges Geschäftsmodell entwickeln. Irrelevant sind Fragen nach dem Webshop System oder wie der Shop aussieht. Vielmehr braucht es eine kundenzentrierte Herangehensweise und ein Verständnis der eigenen Systeme, deren Fähigkeiten und der darin enthaltenen Daten.

Wichtig ist auch, wie man bereits bestehende Marktlösungen umgeht, es gibt genügend Alternativen zum eigenen Webshop. Sei es den Präsenz auf einem Marktplatz wie Brack oder Amazon, ein Kundenportal mit Bestellarchiv und Garantieübersichten, ein Konfigurator mit Bestellformular etc.

Wollen Ihre Kunden überhaupt bei Ihnen einkaufen? Wenn ja, was?

***Um in der digitalen Transformation tatsächlich vorwärtszukommen, reicht es eben nicht, lediglich einen E-Shop aufzubauen. Stattdessen braucht es eine Gesamtbetrachtung über die Prozesskette hinweg.***

*Daniel Fiechter, Dozent FFHS im MAS Industrie 4.0  
und Group CIO Stobag*

### **E-Commerce, nicht Webshop!**

E-Commerce beschleunigt in jedem Unternehmen alle Prozesse und muss daher zentral und nicht isoliert als Webshop-Lösung betrachtet werden. Sei es die Preisgestaltung, die Lieferketten, das Produktmanagement oder das Marketing. Nichts bleibt unberührt -E-Commerce Strategie übersteuert und verändert ganze Abteilungen.

Kein Unternehmen verdient heute Geld wie vor 30 Jahren. Daher gilt es auch das Bewusstsein zu schärfen, damit Geschäftsmodelle eben nicht starr sind, sondern mal agil handeln muss. Auch hier ist es kein Prozess mit einem fixen Ende. Was gestern das Unternehmen gross gemacht hat, kann es morgen wieder klein machen. E-Commerce nicht zu beachten führt zu einem baldigen Ende -ein eigener Webshop vielleicht auch. <<