

+Finance

Das Magazin fürs bessere Geschäft



Thomas Lang: «Die grösste Herausforderung ist sicher, einzigartig und nicht austauschbar zu sein.»

15.06.2018

KMU müssen da sein, wo ihre Kunden sind

Der Onlinehandel wächst und entwickelt sich stetig weiter. Welche Chancen er KMU bietet, was heute zu beachten ist und wohin die Reise geht, weiss der E-Commerce-Experte Thomas Lang.

Artikel teilen:



Thomas Lang, der E-Commerce-Markt wächst stetig. Warum sollten auch Schweizer KMU die Chance ergreifen und in den Onlinehandel einsteigen?

Der Onlineanteil liegt im Non-Food-Bereich über alle Branchen hinweg aktuell bei circa 14%. Damit hat er die kritische Grenze von 10 bis 12% überschritten, die es jeweils braucht, um den Durchbruch zu erreichen. Ob Fernsehgerät oder Smartphone: Die Geschichte lehrt uns, dass es immer sehr schnell ging, sobald diese Marke geknackt war. Zudem kaufen Digital Immigrants und Digital Natives bereits heute verschiedene Sortimente überwiegend online ein. Im Jahr 2020 werden die beiden Generationen in der Schweiz die Mehrheit der aktiven Bevölkerung stellen. Schweizer KMU müssen sich also fragen, wie lange sie es sich noch leisten können, nicht da zu sein, wo ihre Kunden zunehmend sind.

Kann jede Branche E-Commerce nutzen?

Ja. Man sollte allerdings den Umsatz nicht überbewerten. Im E-Commerce geht es vielmehr um die Reichweite, die Sichtbarkeit und damit die Sicherung der Frequenz. KMU müssen sich zudem bewusst sein, dass niemand auf einen weiteren Onlineshop wartet und dass das reine Anbieten und Verkaufen von Produkten nicht mehr reicht. Das kann von internationalen Unternehmen meist günstiger angeboten werden.

Gefragt sind daher Lösungen, Kompetenzen und Services. Mit dem richtigen Angebot kann aber auch ein KMU, das bislang nur regionale Kunden bediente, schnell zum nationalen oder gar internationalen Anbieter werden.

Welches sind die grössten Herausforderungen für KMU?

Ich würde sagen, einzigartig und nicht austauschbar zu sein. Weitere Aspekte wie Rechtliches oder Sicherheit sind mit verhältnismässigem Aufwand zu meistern. Mittlerweile bieten selbst Standardlösungen schon einen sehr guten Schutz. Und punkto Recht haben wir im internationalen Vergleich zum Glück nicht so restriktive Vorgaben.

Was macht einen Onlineshop erfolgreich?

Eine User-Experience, die weit über den Onlineshop hinausgeht. Angefangen bei der Kommunikation und den Marketingmassnahmen über die Usability des Shops selber und den Check-out-Prozess bis hin zur prompten Lieferung und zum Kundenservice, der die Erwartungen übertrifft. Wichtig ist zudem auch die Wahl der Zahlungsmittel. Die gängigsten Kreditkarten müssen ebenso angeboten werden wie PostFinance, TWINT, PayPal und in der Schweiz der Kauf auf Rechnung – denn hierzulande werden nach wie vor rund 80% aller Transaktionen im B2C-Bereich gegen Rechnung abgewickelt.

Welche Schweizer KMU machen es richtig?

Blacksocks ist sicher ein Pionier. Das KMU ist seit bald 20 Jahren erfolgreich mit seinem einzigartigen und oft kopierten, jedoch noch nie übertroffenen Geschäftsmodell am Markt. Ein weiteres spannendes Beispiel ist jeans.ch. Dieser Shop besetzt mit grossem Erfolg eine Nische und orchestriert online und offline äusserst geschickt. Doch auch mittelgrosse Anbieter und Hersteller wie Victorinox, Calida oder Freitag verkaufen ihre Produkte wirksam online.

Heute gibt es zahlreiche Onlineshoplösungen. Sollten KMU besser selbst einen Onlineshop bauen oder eine vorgefertigte Version nehmen?

Mit einer massgeschneiderten Eigenentwicklung kann man seine Einzigartigkeit wohl besser unterstreichen. Je nach Bedürfnis kann aber auch eine vorgefertigte Lösung die richtige Wahl sein. Das ist sehr individuell und hängt nicht zuletzt oft von den finanziellen Ressourcen ab.

Beim Onlineshopping spielt Vertrauen eine grosse Rolle. Wie wichtig sind Gütesiegel?

Das kommt auf die Bekanntheit des Shops an. Bekannte Marken wie Nespresso, Ex Libris oder auch reine Onlineplayer wie Galaxus oder Siroop brauchen keine Gütesiegel. Doch gerade für KMU können sie eine grosse Rolle spielen, denn sie vermitteln Vertrauen, und im Falle der beiden in der Schweiz etablierten Siegel VSV (Versandhandelsverband) und Trusted Shops bestehen auch Vorteile für den Kunden. Denn bei diesen Siegeln verpflichten sich die Shops zu Leistungen wie Retouren, die über den gesetzlichen Mindestanforderungen liegen. Kunden wissen und schätzen das.

Wie hat sich der E-Commerce-Markt entwickelt und wohin geht die Reise?

In den letzten Jahren haben wir einerseits eine Umsatzverschiebung von stationär zu online und andererseits eine zunehmende Verzahnung der beiden Geschäftsmodelle gesehen. Dann kam der starke Mobile-Boom. Bei vielen Shops erfolgen heute über 50% der Transaktionen über mobile Endgeräte. Aktuell beschäftigen Marktplätze und Plattformen von grossen internationalen Playern wie Amazon, Alibaba, JD oder Wish die Strategien von Herstellern und Händlern. Von technischer Seite verabschieden wir uns je länger je mehr vom Desktop bzw. Bildschirm. Mobile ist die erste Raketenstufe. Doch weitere stehen kurz vor der Zündung. Ich denke da an Devices wie die Apple-Watch und vor allem an die Geräte, die per Stimme gesteuert werden. Gerade Voice

im engeren und Konversation im weiteren Sinne werden den Handel ein weiteres Mal revolutionieren. Bald werden die Maschinen uns verstehen und wir werden uns ganz bequem mit ihnen unterhalten und ihnen unsere Wünsche kundtun – und dazu gehört auch das Bestellen von Produkten.

Zur Person

Thomas Lang (1968) ist CEO und Gründer der Carpathia AG. Er verfügt über langjährige Erfahrung auf operativer und beratender Seite und gilt seit über 15 Jahren als ausgewiesener Experte für E-Commerce sowie für digitale Vertriebsmodelle und -strategien. Wirtschaftsmedien zählen ihn zu den führenden digitalen Köpfen und Vordenkern der Schweiz. Ausserdem ist er Autor zahlreicher Fachartikel und -studien, Dozent für Onlinevertriebsmodelle an verschiedenen Hochschulen und gefragter Referent an internationalen Konferenzen zum Thema E-Commerce und digitale Transformation im Handel.

Mehr Informationen

carpathia.ch

[Zur Startseite](#)