



## Optimierungsstrategien im E-Commerce

**Wächst der Online-Shop schneller als erhofft, hinkt die Organisation hinter dem Bestell-Knopf schnell hinterher. Spezielle Software lässt Mittelständler besser Schritt halten.**

Wer sich als Internethändler aufstellt, hat es nicht leicht: Zwar boomt das Onlineshopping, doch teilen wenige Große das Gros der Umsätze unter sich auf. Um an ein Stück des Kuchens zu gelangen, reicht es allerdings nicht, sich um

möglichst viele Kunden zu bemühen. „Gerade Startups im Onlinegeschäft fokussieren eher auf gefälliges Shopdesign, einen guten Warenmix oder das Marketing“, sagt Michael Wiechert, Unternehmensberater im Bereich E-Commerce mit Sitz in Jena. Die Prozesse hinter dem Bestellbutton dagegen, so Wiechert, würden nicht selten vernachlässigt. Wächst das Geschäft, sind kleinere und mittelgroße Onlinehändler nicht selten überfordert – mit Lagerhaltung, Kommissionierung, Versand und Prozessen wie „Zahlungen verfolgen“, „Retouren organisieren“ oder „Ersatzware verschicken“. Abhilfe schaffen kann Versandhandelssoftware. Zahlreiche Softwareschmieden haben sich auf Anwendungen für kleine und mittelgroße Onlinehändler spezialisiert, etwa Pixi, Act-

### E-Commerce | Zahlen und Fakten

2010 bestellten die Deutschen im Internet Waren im Wert von 18,3 Milliarden Euro, ein Plus von 18 Prozent im Vergleich zum Jahr davor, meldet der Bundesverband Versandhandel (bvh). Digitale Dienstleistungen wie Downloads oder der Verkauf von Flugtickets und Reisen eingerechnet, lagen die Onlineumsätze bei 25,3 Milliarden Euro. Und das Wachstum soll weitergehen: Für dieses Jahr rechnet der bvh mit ei-

nem Zuwachs beim Onlineshopping von 15 Prozent. Dabei konzentriert sich der Markt zunehmend, hat das Kölner EHI Retail Institut festgestellt. Nach der Erhebung machten im vergangenen Jahr die Top 100 der Internet-Shops rund 70 Prozent der Umsätze unter sich aus, allein die Top 10 kommen auf 30 Prozent. Die drei umsatzstärksten Onlinehändler sind Amazon, Quelle und Otto.

Die im Jahr 2010 mit Abstand per Onlineshopping meistgekauften Produkte waren Bekleidung/Textilien/Schuhe, danach folgten Medien/Bild-Tonträger und Unterhaltungselektronik/Elektroartikel. Großen Zuwachs verzeichneten Möbel/Dekorationsartikel. Für 850 Millionen Euro verschönerten die Deutschen im Jahr 2010 per Onlineshopping ihre vier Wände, im Vorjahr waren es 590 Millionen Euro.

indo, Faktura oder Afterbuy. Eine lizenzkostenfreie Lösung aus dem Open-Source-Bereich ist osCommerce. Die Systeme automatisieren viele Abläufe und sie machen auch noch die nächsten Wachstumsschritte mit. Angeboten wird solche Software sowohl zum Mieten über das Web per Software-as-a-Service (SaaS) als auch zum Kauf. „Der Vorteil von Mietsoftware ist, dass Anfangsinvestitionen entfallen. Stattdessen wird eine monatliche Pauschale gezahlt“, sagt Michael Wiechert. SaaS sei auch deshalb interessant, weil sich die Systeme nach zwei bis drei Jahren austauschen lassen, um auf dem jeweils neuen Stand der Technik zu sein, so der E-Commerce-Experte.

### Lösungen für Onlineversender

Funktional kümmern sich die Software-Lösungen neben der Warenwirtschaft, sprich dem Verwalten der Produkte, auch um das Zahlungswesen. Zudem bieten sie Funktionen wie Gutschriften oder das Verwalten von Kundenmails. Obendrein liefern sie Reports und Statistiken und ermöglichen so, die Verkaufszahlen, den Warenbestand, Versandzeiten, Retourenquoten und anderes im Blick zu behalten. Die Systeme bieten Schnittstellen zu Shopsoftware oder verfügen, wie osCommerce, über integrierte Shops. Afterbuy ist speziell auch für eBay-Seller ausgelegt. Verbindungen zu stationären Kassensystemen sind oft über zusätzliche Module möglich. Ebenfalls optional lassen sich Versandaufträge über zusätzliche Schnittstellen direkt an Logistiker wie DHL, Hermes, UPS und andere schicken.

Im Bereich Zahlung unterstützt neuere Software mehrere Varianten wie Vorkasse, Lastschrift, Rechnung oder auch Online-Zahlverfahren wie Paypal. Das ist aus mehreren Gründen nicht unwichtig: Können Kunden unterschiedliche Bezahlmöglichkeiten wählen, erhöht das den Verkauf, sagt etwa eine Studie des EHI Retail Instituts. Zudem mag zwar die Vorkasse gerade bei kleineren Onlinehändlern beliebt sein, weil es ihre Liquidität erhöht. Den Kunden jedoch ist diese Variante nicht immer die liebste, zumal dann, wenn das Vertrauen in den Onlineshopbetreiber nicht groß ist. Insgesamt ist das Bezahlen per Vorkasse immer noch das am häufigsten genutzte Verfahren, aber rückläufig. Online-Bezahlverfahren legen dagegen zu.

Je nach Bestellaufkommen liegen die Kosten für eine Umstellung auf Versandhandelssoftware samt Lizenz, Webshopanbindung und anderem im unteren vierstelligen Bereich. Die monatlichen Pauschalen für Software auf Mietbasis beginnen bei rund 30 Euro. „Onlinehändler sollten genau erkunden, welche Funktionen und Dienste sie benötigen“, rät Michael Wiechert. Ein dünnes Warenangebot etwa lässt sich leichter handhaben als ein breites. Brummt der Onlineshop allerdings richtig und bestellen täglich über hundert Kunden aus einer breiten Produktpalette, empfiehlt Wiechert größere Systeme. Anbieter sind hier etwa Atrada, xtCommerce oder Mauve. Die Kosten liegen dann schnell im fünfstelligen Bereich. Löhnen kann sich aber auch diese Investition.

Dirk Schäfer

### Gütesiegel | Online-Shopping ist Vertrauenssache

Nahezu zwei Drittel der Online-Shopper empfinden Gütesiegel bei der Kaufentscheidung als wichtig oder sehr wichtig, hat die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) ermittelt. Vor allem dann, wenn Internethändler den Onlineshop nicht kennen oder per Vorkasse bezahlt wird, hält eine große Mehrheit Gütesiegel für unverzichtbar, so die GfK-Studie. Gütesiegel gibt es inzwischen zahlreiche, die vier aufgeführten sind vom „Gütesiegel Monitoring Board“ der Initiative D21, dem größten deutschen Partnernetzwerk aus Politik und Wirtschaft für die Informationsgesellschaft, empfohlen. Eine Professionalisierung der Prozesse ist für eine Zertifizierung unabdingbar.

- **Trusted Shops:** Das Siegel Trusted Shops ist das wohl meist verbreitete in Deutschland. Es prangt auf mehr als 9.000 Onlineshops. Bei der Zertifizierung werden mehr als 100 Einzelkriterien geprüft, darunter Anbieterkennzeichnung, Datenschutz und Datensicherheit, Preistransparenz, Widerrufs- und Rückgaberecht. Vergeben wird das Siegel über eine Mitgliedschaft, die monatlich

zwischen 59 und 99 Euro kostet. Seit 2010 kooperiert Trustet Shops zudem mit Creditreform, wodurch die Mitgliedschaft eines Unternehmens bei Trustet Shops als Merkmal in den Datenbestand von Creditreform integriert wird, was die Seriosität und Nachhaltigkeit des Onlineshops nochmals unterstreichen soll.

- **TÜV Süd:** Das Safer-Shopping-Siegel des TÜV Süd steht für technische und organisatorische Zuverlässigkeit und hohe Ansprüche an Servicequalität und Sicherheit. Bei einem dreistufigen Prüfverfahren unterziehen die TÜV-Experten den Shop einer eingehenden Online-Prüfung und einem Security-Check und prüfen obendrein auch die Verhältnisse vor Ort. Die Kosten werden individuell ermittelt.

- **EHI:** Das Kölner EHI Retail Institut vergibt seit 1999 ein Siegel für geprüfte Online-Shops. Bei der Zertifizierung durchleuchten die EHI-Experten den gesamten Online-Shop, führen Testbestellungen durch, prüfen die Sicherheit bei der Übertragung von Zahlungsdaten,

achten auf alle Informationen, die sich an Kunden richten, und anderes mehr. Etwa 50 von 100 großen deutschen Versandhändlern haben das EHI-Siegel. An Mitgliedsunternehmen des Bundesverbandes des Deutschen Versandhandels e.V. (bdv) vergibt das EHI zudem ein Co-Siegel. Die Kosten für die Zertifizierung richten sich nach dem Umsatz.

- **Internet Privacy Standard (ips):** Das Siegel der Bremer datenschutz cert GmbH, einer Tochtergesellschaft der Stadt Bremen, steht für Sicherheit bei jeglicher Art von Onlinedienstleistung, bei Online-Shops ebenso wie im Gesundheitsbereich, bei Behörden oder in sozialen Netzwerken. Entwickelt mit dem Bundesbeauftragten für Datenschutz, fokussiert es auf den sicheren Umgang mit Kunden- und Mitarbeiterdaten. IT-Fachleute und Juristen prüfen datenschutzrechtliche, datensicherheitstechnische und verbraucherrechtliche Vorgaben und erkunden auch vor Ort die technisch-organisatorischen Sicherheitsmaßnahmen. Der finanzielle Aufwand wird individuell errechnet.