



BVDW: 10 Thesen zur Zukunft von Digital Commerce

BVDW: 10 Thesen zur Zukunft von Digital Commerce
Experten der Fachgruppe E-Commerce im BVDW zeigen aktuelle Entwicklungen und bedeutsame Treiber des Marktsegments Digital Commerce zählt in Deutschland zu den signifikant wachsenden Geschäftsfeldern der digitalen Wirtschaft. Die Fachgruppe E-Commerce im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. hat die zukünftige Entwicklung dieses Marktsegments analysiert. Die Ergebnisse dieser Untersuchung fassen die Experten in 10 Thesen zur Zukunft von Digital Commerce zusammen. Weitere Details stehen auf der BVDW-Website unter www.bvdw.org.
Thorben Fasching (hmmh multimediahaus), stv. Vorsitzender der Fachgruppe E-Commerce im BVDW: "Der interaktive Handel verzeichnet in Deutschland mittlerweile einen jährlichen Gesamtumsatz von fast 40 Milliarden Euro. Trotz dieser insgesamt positiven Entwicklung muss die öffentliche Wahrnehmung von Digital Commerce, dem medienübergreifenden Einkaufserlebnis von Online, Social Media und Mobile, als wichtiges Geschäftsfeld der Online-Branche gestärkt werden. Die Unternehmen müssen sich konsequent der Marktentwicklung auf wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Ebene, aber auch in politischer Sicht hin anpassen. Die 10 Thesen unserer Expertengruppe unterstützen mit den grundlegenden Entwicklungen und zukünftigen Handlungsfelder für Digital Commerce."
10 Thesen zur Zukunft von Digital Commerce
1. Der Kunde fordert alle Produkte jederzeit auf jedem Kanal kaufen zu können. Unternehmen, die sich auf einen Kanal konzentrieren bzw. die Kanäle unterschiedlich behandeln, verlieren künftig stark an Bedeutung.
2. Pure Player werden ihre Strategie sukzessive und zeitnah um weitere Kanäle erweitern müssen. Flagshipstores der E-Commerce-Marktführer werden ein wichtiger Bestandteil der Strategie.
3. Der stationäre Einzelhandel, bislang das "Stiefkind" der digitalen Revolution, wird über Dienste wie LBS in die digitale Wertschöpfungskette integriert.
4. TV-Commerce wird erste nennenswerte Umsätze erzielen - allerdings nur im Zuge einer dynamisch vernetzten Multiple-Screen-Strategie.
5. Die Omnipräsenz von Preisvergleichssuchmaschinen wird den Wettbewerb verschärfen und zu einer Polarisierung des Marktes führen. Während im Massenmarkt nur Kostenführer dominieren, gibt es parallel zahlreiche Premium-Nischen. In der Mitte wird kein Platz mehr sein.
6. Dem Großteil der Transaktionen im Digital Commerce geht in eine Informationssuche in sozialen Netzwerken voran, die in der Regel kaufentscheidend ist.
7. Die Kommunikation im Marketing wandelt sich schrittweise völlig - von einer One-to-Many-Broadcast-Kommunikation, der zunehmend misstraut wird, hin zu einer Many-to-Many-Kommunikation auf Augenhöhe mit dem Kunden. Dies ist das Ende von "Marketing as we know it."
8. Digitale Bezahlung und Mobile-Payment-Lösungen werden klassische Zahlmethoden mehr und mehr ersetzen.
9. Die allgegenwärtige mobile Intelligenz macht viele Services vor Ort überflüssig, die keinen echten Mehrwert bieten. Dies führt in einigen auf die Kundenberatung ausgerichteten Branchen wie Reisebüros, Banken etc. zu einem dramatischen Strukturwandel.
10. Digital Commerce ist in der Mitte der Gesellschaft angekommen und keine First-Mover-Nische mehr. Entsprechend müssen sich Anbieter den "normalen" gesellschaftspolitischen Diskussionen auch in der Öffentlichkeit stellen.
Hochauflösendes Bildmaterial auf dem BVDW-Presseserver unter: http://www.bvdw.org/presseserver/bvdw_thesen_digital_commerce/
Über den BVDW
Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. ist die Interessenvertretung für Unternehmen im Bereich interaktives Marketing, digitale Inhalte und interaktive Wertschöpfung. Der BVDW ist interdisziplinär verankert und hat damit einen ganzheitlichen Blick auf die Themen der digitalen Wirtschaft. Er hat es sich zur Aufgabe gemacht, Effizienz und Nutzen digitaler Medien transparent zu machen und so den Einsatz in der Gesamtwirtschaft, Gesellschaft und Administration zu fördern. Im ständigen Dialog mit Politik, Öffentlichkeit und anderen Interessengruppen stehend, unterstützt der BVDW ergebnisorientiert, praxisnah und effektiv die dynamische Entwicklung der Branche. Die Summe aller Kompetenzen der Mitglieder, gepaart mit den definierten Werten und Emotionen des Verbandes, bilden die Basis für das Selbstverständnis des BVDW. Wir sind das Netz.
Mike Schnoor, Referent Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Tel: +49 211 600456-25, E-Mail: schnoor@bvdw.org
Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.
Berliner Allee 57, 40212 Düsseldorf
www.bvdw.org

Pressekontakt

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.

40212 Düsseldorf

schnoor@bvdw.org

Firmenkontakt

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.

40212 Düsseldorf

schnoor@bvdw.org

Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. ist die Interessenvertretung für Unternehmen im Bereich interaktives Marketing, digitale Inhalte und interaktive Wertschöpfung. Der BVDW ist interdisziplinär verankert und hat damit einen ganzheitlichen Blick auf die Themen der digitalen Wirtschaft. Er hat es sich zur Aufgabe gemacht, Effizienz und Nutzen digitaler Medien transparent zu machen und so den Einsatz in der Gesamtwirtschaft, Gesellschaft und Administration zu fördern. Im ständigen Dialog mit Politik, Öffentlichkeit und anderen Interessengruppen stehend, unterstützt der BVDW ergebnisorientiert, praxisnah und effektiv die dynamische Entwicklung der Branche. Die Summe aller Kompetenzen der Mitglieder, gepaart mit den definierten Werten und Emotionen des Verbandes, bilden die Basis für das Selbstverständnis des BVDW. Wir sind das Netz.