

IFA 2018

Lautsprecher mit Ohren boomen

BERLIN. Auf der heute anlaufenden IFA (Internationale Funkausstellung) in Berlin führt wohl kein Weg an Alexa & Co vorbei: Die sprechenden Assistenten von Amazon und Google breiten sich anlässlich der Messe in teurer Hifi-Technik aus. Ob das ein bleibender Trend wird, muss sich noch weisen – auch angesichts von Datenschutz-Bedenken.

Als Amazon vor knapp vier Jahren seinen Echo-Lautsprecher mit der sprechenden Assistentin Alexa an Bord vorstellte, wurde der schmale Zylinder mit dem eher trockenen Sound noch als Exot belächelt. Doch Käufer griffen zu, Google und Apple gingen auf Aufholjagd.

Smarte Assistenten

Spätestens zur diesjährigen IFA ist klar: Kein Hersteller von Unterhaltungselektronik kommt daran vorbei, seine Geräte mit digitalen Assistenten smart zu machen; die meisten verlassen sich dabei notgedrungen auf die Helfer von Amazon und Google – und öffnen den US-Onlineriesen damit die Türen in immer mehr Haushalte. Generell geht es darum, die Sprache zur Schnittstelle für die Steuerung aller möglichen Geräte im Haushalt zu machen. (APA)



© Amazon

Klarna: Nur wer optimiert, gewinnt

Die Zahl der Mobile-Shopper steigt rasant. Wer sie jetzt abholt, hat laut Bezahl Dienstleister Klarna die Nase vorn.

WIEN. Shoppen im Internet wird beliebter und wächst weiterhin dynamisch. Derzeit geben die Österreicher dafür rd. 7,2 Mrd. € aus (lt. eCommerce Österreich-Studie der WKO und des Handelsverbands.) Weniger erfreulich für die heimische Wertschöpfung ist dabei, dass bereits über 57% im Ausland einkaufen – und dass dieser Anteil rasant wächst.

Webshop sucht Antwort

„Dass viele kleine Einzelhandelsgeschäfte keinen Online-shop installiert haben, da sie den Aufwand scheuen, kann man noch nachvollziehen“, äußert sich dazu Robert Bueninck, Geschäftsführer DACH von Klarna, Europas führendem Zahlungsdienstleister im Internet. Was ihn verwundert, ist der Umstand, „dass trotz dieser Zahlen, die für den österreichischen Onlinehandel bedrohlich sind, immer noch Webshops in Österreich nicht auf dem letzten Stand und responsive gestaltet sind.“ Das



© Klarna

„

Nur wer seinen Kunden ein optimales Service bietet, hat am Markt eine Chance. Zu bedauern, dass die anderen besser sind, hilft da nicht weiter.

Robert Bueninck
Geschäftsführer
Klarna Group DACH

“

sei nun „nicht wirklich verständlich“, so Bueninck.

Gerade jetzt mit der Herbst- und Winterbestellsaison am Start, wären Verbesserungen bzw. Optimierungen angesagt. „Denn nur wer es den Kunden leicht macht, die gewünschte Ware zu finden und schnell und sicher zu bezahlen, wird auch bei der Kundenzufriedenheit punkten“, sagt Robert Bueninck. Der professionelle „Checkout“ sollte dabei zur Selbstverständlichkeit avanciert sein.

Allerdings krankt es bei vielen Händlern noch an der professionellen Umsetzung, um etwa den Boom der Mobile-Shopper mitabdecken zu können. Klar ist:

Ausgecheckt

Für Robert Bueninck, GF von Klarna Group DACH, ist der Herbst eine gute Zeit für Verbesserungen und Optimierungen – der professionelle Checkout spielt dabei eine wichtige Rolle.

Wer die stark genutzten mobilen Endgeräte nicht optimal bespielt, landet auf der Verliererstraße.

Klarna bietet daher eine Bezahl- und Service-App an; Online-Shopper haben damit die Möglichkeit, mit nur einem Klick Rechnungen zu bezahlen. „Nur wer seinen Kunden ein optimales Service bietet, hat am Markt eine Chance“, so Bueninck. (red)