

handel liegt der Online-Anteil bereits bei 15%.

Die Waren, die mittlerweile online eingekauft werden, egal ob via Mobilgerät oder Desktop-PC, reichen von haltbaren Lebensmitteln bis hin zu Konsumgütern, die Kunden aus einem spontanen Impuls heraus bestellen. Die Lieferung an die Haustür ersetzt den Gang in die Innenstadt und könnte sich für den typischen urbanen Konsumenten auch *langfristig* zur Norm entwickeln. Händler, die während der Coronakrise nicht mit ihren Kunden online in Kontakt treten können, könnte das Fehlen effektiver digitaler Absatzkanäle zum Verhängnis werden.



© Bloomreach

Bei fast jedem zweiten Händler (45%) sind diese in Form eines sinkenden Umsatzes bereits spürbar.

In der Studie gaben 45% der Befragten an, dass das Virus für Umsatzverluste sorgt. Händler berichten zudem, dass Elektroartikel aus China als gesundheitsgefährdend wahrgenommen werden und die Kauflaune der Kunden, beispielsweise im Party- und Eventbereich, extrem zurückgegangen ist. Sehr deutlich wird die Krise bei Zulieferern und Partnern, die zur Hälfte (52%) Probleme haben, ihre Leistung überhaupt noch zu erbringen. Verzögerte Lieferungen, stornierte Aufträge oder leere Lager sind die Folge.

#### Die Großen legen zu

Zusätzliche Herausforderungen für Unternehmen stellen die Versand Schwierigkeiten, die eingeschränkte Warenverfügbarkeit, zunehmende Stornierungen, unterbrochene Lieferketten und abgesagte Messetermine dar. Obwohl Amazon und andere E-Commerce-Plattformen von denselben Herausforderungen betroffen sind, könnte sich der Anteil der großen Player am Online- und am gesamten Handel in der aktuellen Krise noch vergrößern. Amazon wandelt sich mehr und mehr zur Anlaufstelle für den Erwerb von Waren, die Kunden bisher offline eingekauft

#### Brian Walker

Der Chief Strategy Officer bei Bloomreach ist Strategie- und Marketing-Experte und beschäftigt sich mit der Transformation von digitaler Kundenbindung und Commerce.

haben. 2019 besaßen in Deutschland bereits mehr als 17 Mio. Haushalte ein Amazon-Prime-Abo. Da in einem Haushalt auch mehrere Personen leben können, entspricht das ungefähr der doppelten Anzahl an potenziellen Kunden.

#### Amazon & Co

Die Marktmacht von Amazon in Kombination mit seinen effizienten Fulfillment-Prozessen, dem riesigen Sortiment und dem hohen Stellenwert für Konsumenten ist nicht erst seit Corona eine Bedrohung für den Einzelhandel; Marken und Händler können es sich nicht leisten, noch mehr Kunden an Amazon zu verlieren.

Sogar diejenigen, die den Marktplatz bislang erfolgreich als Verkaufskanal genutzt haben und darin jetzt eine kurzfristige Chance auf mehr Umsatz sehen, laufen Gefahr, ihre eigene Markenpositionierung und -differenzierung auf lange Sicht zu untergraben. Anstatt dazu beizutragen, dass sich die Nachfrage noch stärker auf Amazon konzentriert, sollten Händler nun vor allem darauf hinarbeiten, den eigenen Marktanteil zu steigern.

#### Ein Ausblick

Laut Bloomreach ist zu erwarten, dass E-Commerce-Treibende das digitale Kundenerlebnis mit vielfältigerem Inhalt weiterentwickeln und dabei intensiver mit neuen Technologien experimentieren werden, das Einkaufen über Social-Media oder Online-Shopping-Streams könnte noch beliebter werden.

Es bleibt zu hoffen, dass dank der angekündigten staatlichen Hilfen die große Mehrheit der Unternehmen die kommenden Monate überstehen wird. Sobald die akute Krise überwunden ist, wird es nötig sein, das eigene Geschäft neu zu denken.

(Bearbeitung: Daniela Prugger)

”

*Anstatt dazu beizutragen, dass sich die Nachfrage stärker auf Amazon konzentriert, sollten Händler nun den eigenen Marktanteil steigern.*

#### Brian Walker

CSO bei Bloomreach

“

#### Umsätze bereits am Sinken

Je nach Warengattung und Grundfläche der Ladengeschäfte ist es für Unternehmen überlebenswichtig, Services wie Lieferung am selben Tag oder Online-Bestellung mit Abholung am stationären Point-of-Sale einzuführen. Der deutsche Händlerbund hat Unternehmen befragt, wie sie den Einfluss der Coronakrise auf ihr Geschäft einschätzen.

Während neun Prozent der Händler der Meinung sind, ihr Business profitiere von der Situation, fürchtet mehr als die Hälfte (55%) negative Auswirkungen.

2009

#### Bloomreach

Ein Mitbegründer ist der ehemaligen Google Search Engineer Ashutosh Garg. Grundidee ist, dass jede Online-Benutzererfahrung verbessert wird, wenn sie auf die spezifischen Bedürfnisse des einzelnen Kunden zugeschnitten ist.