

# E-SHOPSYSTEME & DIGITALE LOGISTIK

Vincent Domel und David Jordan



# GLIEDERUNG

❖ Situation in Deutschland

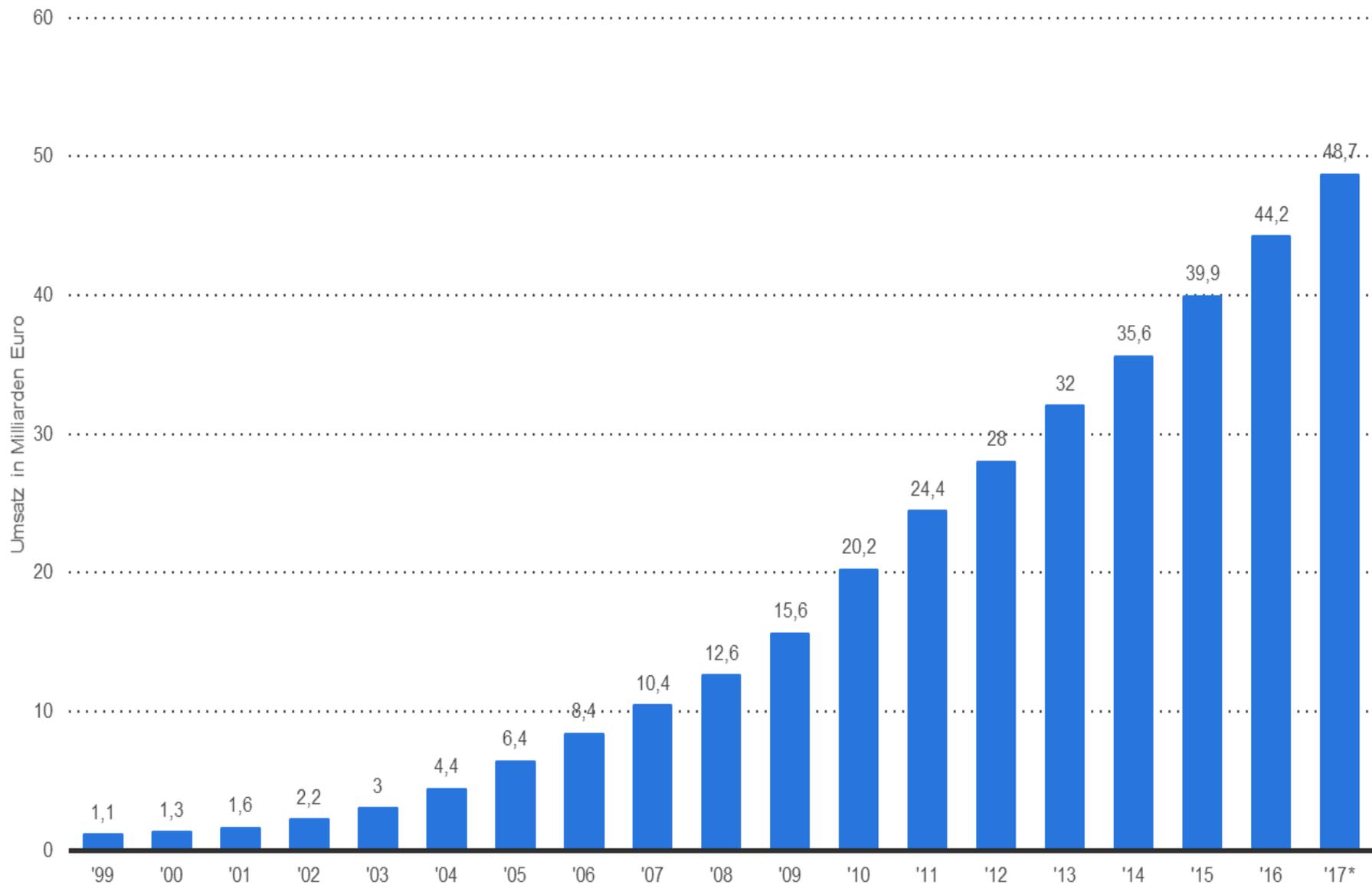
❖ E-Shopsysteme

❖ Digitale Logistik

❖ Diskussion

# SITUATION IN DEUTSCHLAND

- Ein Päckchen von Darmstadt nach Kassel (220km) braucht zur Weihnachtszeit 4 Tage
  - Paketvolumen B2C 2017 von 260 Mill. Auf 290 Mill. gestiegen
  - 50% der Deutschen kaufen mehr online als offline
  - 70% des deutschen Einzelhandels sehen ihr Geschäft „bedroht“ durch Online Riesen wie Amazon und eBay
- **Herausforderung an und durch boomenden eCommerce an (digitale) Logistik**



# E-SHOPSYSTEME

Definition E-Shop:

*„E-Shops bieten die Möglichkeit, die Anbahnung von Transaktionen (aus den Teilbereichen Information, Vereinbarung, Abwicklung und Service bestehend) zu initiieren und zu unterstützen bzw. gänzlich elektronisch abzuwickeln. Dabei wird eine Plattform geschaffen, auf der Anbieter ihre Waren oder Dienstleistungen präsentieren und der Interessent die Handhabe besitzt, Produktinformationen einzuholen.“*

*(Gabler Wirtschaftslexikon)*

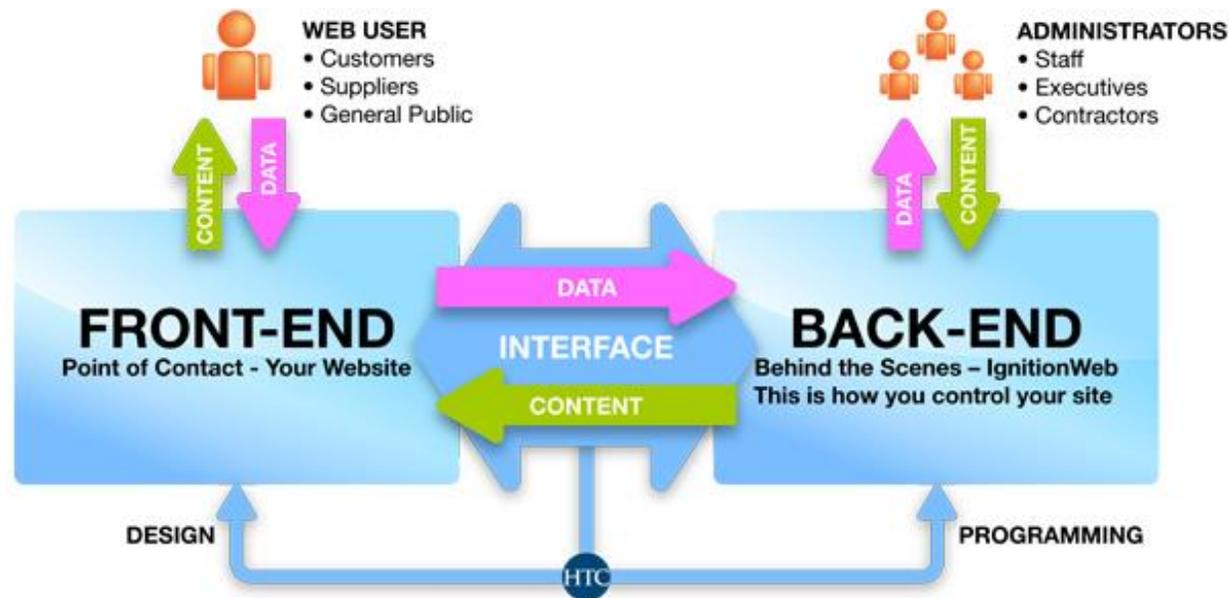
# ENTWICKLUNG DES E-SHOPS

- Ab 1995: Reine Warenpräsentation und Kaufabwicklung
- 2001: Administrative Funktionen wie Bestellverwaltung
- 2006: Produktdatenbanken, Kundenregistrierung, Content Management Systeme
- 2009: Kontoverwaltung, Wunschzettel & neue (digitale) Bezahlvarianten
  - Sicherheit und Datenschutz wichtiger als zuvor
- 2010: Recommendation, Support, Bewertungen, Social Media, Vernetzung der Dienste
- → **Erfolg durch steigenden Umfang und sinkende Medienbrüche**

# SHOPSYSTEME

- Softwaretechnische Grundlage des „E-Shops“
- Technisch unterscheidet man zwischen Webanwendungen auf Webservern und statischen HTML Seiten
- Ca. 200 vertriebene Systeme in Deutschland
- 4 unterschiedliche Systemarten:
  1. Mietshops
  2. Marktplätze
  3. Kostenlose Systeme
  4. Kostenpflichtige Systeme (open/closed)

# E-SHOPSYSTEME



Grundlegende Bestandteile:

- Shop-Datenbank mit Produktinformation
- Administrationsdatenbank
- Präsentationssystem
- Recommendation Engine
- Payment Gateway
- Webtracking-System
- Support Systeme (Live)

# MIETSHOPS

- Preiswerte Einsteigervariante
- Website nach Onlinebaukastenprinzip
- Gute Vermarktung durch SEO, Affiliate & Marketingmodule

+Preiswert

+Vielfältig

+Einfach

+Erweiterbar

+Relativ umfangreich

-Design eingeschränkt

-Beschränkt (Artikel & Funktion)

-Kaum individuell

-Geschlossener Quellcode



# MARKTPLÄTZE



- Bestehende Plattform
- Fixkosten + Provision (<15%)
- Höchste Reichweite
- Kein „eigener Shop“

+Fixe Kosten

+Kein Know-How nötig

+Reichweite enorm

+Kundenvertrauen

+Anbindung an andere Shops

-Design eingeschränkt

-Keine Markenbildung

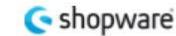
-Synchronisierung Lager erschwert

-Preisdruck und Provision

-Richtlinien schränken ein

# KOSTENLOSE SYSTEME

- Kostenlose Selfmade-Lösung
- Vorzertifiziert (Trusted Shops)
- Installation, Konfiguration, Design und Funktionen in Eigenregie



+Hohe Individualität

+Keine Kosten

+Beliebige Erweiterbarkeit

+bei großen Systemen → zukunftssicher

+Hohe Skalierbarkeit

-Hoher Zeitaufwand und Know-How notwendig

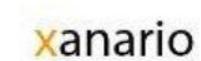
-Kein Support und Haftung

-Hohe Anforderung an Performance (Server)

-Kosten für Anpassungen die man nicht selber machen kann → sehr komplex

# KOSTENPFLICHTIGE SYSTEME

- Open und Closed Source
- Lizenzkosten
- Kostenloser Kundensupport



- +Kaum laufende Kosten
- +Kleiner Aufwand bei Closed Source
- +Hoher Funktionsumfang und Skalierbarkeit
- +Erweiterungen möglich
- +Hohe Kontrolle

- Anschaffungspreis
- Folgekosten nicht absehbar
- Know-How oder Agentur notwendig
- Closed Source unflexibler
- Abhängigkeit von Hersteller

# PLATTFORMARTEN

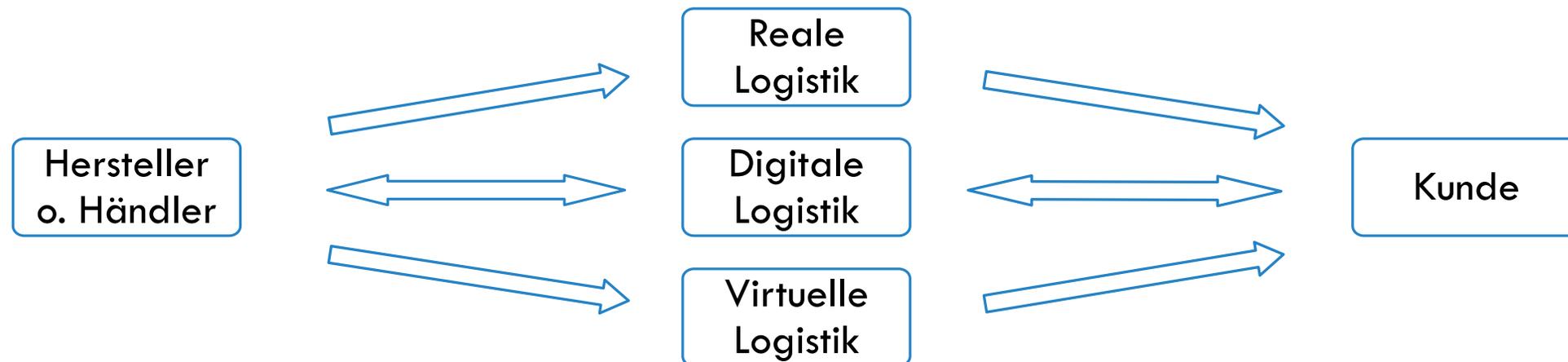
- Offene Plattformen:  (C2C & B2C),  (B2C)  
→ Jeder an jeden
- Geschlossene Plattformen  (B2C)  
→ ausgewählte Händler
- Vertikale Plattformen:  (B2C)  
→ verschiedene Dienstleistungen und Produkte einer Branche
- Horizontale Plattformen:   (B2C & B2B)  
→ verschiedene Branchen greifen auf eine Dienstleistung und Produktart zu

# AKTUELLE ENTWICKLUNG

- Stärkere Anbindung der ERP-Systeme (Warenwirtschaft) an Online Shops
- Multichannel-Strategien (70% Deutschland) → Verkauf auf mehreren Plattformen
- Omnichannel-Strategien → Vertrieb auf allen Plattformen und Mischformen  
→ **Single Source of Data**
- Steigende Usability in Preisvergleich, Support, Suche und Bezahlung  
→ Content Pools mit zentraler Steuerung und Anbindung (Sicherheitsrisiko?)
- Konsequente Anpassung an mobile Systeme (Vorbild: Japan)
- **60% der Deutschen sind mit unzufrieden mit Versand und Lieferung**  
→ **Logistikplanung?**

# E-LOGISTIK

*„E-Logistik ermöglicht es, Planung, Aufgabenerfüllung und Kontrolle logistischer Aufgaben durch Nutzung von Internettechnologien wirtschaftlicher zu gestalten, Logistikservices zu verbessern und die Kollaboration zwischen den Partnern in der Supply Chain zu intensivieren.“ (Gabler Wirtschaftslexikon)*



# VIRTUELLE LOGISTIK

*Virtuelle Logistik ist „[...] eine Strategie, die Transport, Umschlag und Lagerung logistischer Güter in ihrer Umgebung in einem experimentierfähigen Modell abbildet, das analog zur Digitalen Fabrik durch spezifische Methoden und Werkzeuge erstellt wird.“ (C. Jahn, K. Richter)*

- Planung des gesamten Logistikprozesses
  - Erfassung der Einsatzfaktoren
  - Layoutmanagement
  - vor Start-of-Production
  - nach Standards und standardisierten Methoden
- Vorteile
  - herkömmliche Planung top-down-orientiert → virtuelle L. ermöglicht bottom-up-Planung
  - Änderungen und Anpassungen können kostengünstig simuliert und ausprobiert werden



# DIGITALE LOGISTIK

- Informationsaustausch zwischen Herstellern, Händlern, Lieferanten und Kunden
- Idee vom „papierlosen, interventionslosen Austausch von strukturierten Geschäftsdaten zwischen verschiedenen Unternehmen“
- Verfahren: store-and-forward, point-to-point
- Identifikationsstandards: Etiketten, Barcodes, RFID-Chips
- Probleme: Unternehmen scheuen sich vor Zusammenarbeit, untersch. Datenformatstandards, Medienbrüche
- Logistik 4.0 → Smart Factory

# E-FULFILLMENT IM B2C-HANDEL

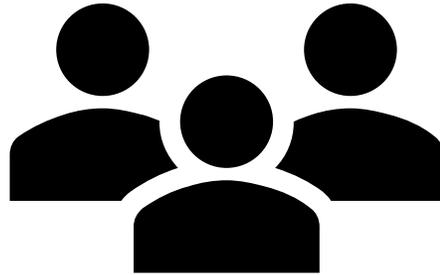
- ... beinhaltet Lagermanagement, Kommissionierung, Zahlungsabwicklung, Vertrieb, Retourenmanagement und Kundenservice
- Kunden sind nicht loyal (75% der Beinahe-Kunden brechen Bestellung ab)
- ... stellen hohe Anforderungen:
  - strukturierter Bestellvorgang
  - klare Orientierung im E-Shop
  - Status des Warenkorbs, der Lieferung
  - detaillierte Produkt- und Preisinformationen
  - schnelle Lieferung, genaues Zeitfenster, gutes Retourenmanagement
  - unentgeltliche Zustellung
  - ordnungsgemäße Rechnungsstellung

# FULFILLMENTPROBLEM DER KUNDENBELIEFERUNG

- Tendenz: Atomisierung der Sendungsgrößen → steigende Anforderungen an Distributionslogistik
- Wie sollen die bestellten Waren zum Kunden gelangen, wenn dieser nicht zu Hause ist?

	Flexibilität für Kunde	keine Restriktionen	keine zusätzliche Wege für Kunde	Diebstahlsicherheit	Einsparpotential für Logistiker
Türzustellung	-	+	+/-	++	-
Boxen am Haus	++	-	++	+	-
Postkästen für Straßen	++	-	-	-	+
Boxsysteme für Mehrfamilienhäuser	++	-	+	+	+
Abholstationen	++	+	-	+/-	++

# DISKUSSION UND FRAGEN



**Vielen Dank für euere  
Aufmerksamkeit**