

FAZ 09. März 2005 von Andrea Dersch

## Kaufregung

### *E-Commerce als Rettungsanker in der Not*

Es ist noch gar nicht so lange her, da war E-Commerce beinahe etwas Unanständiges. Ungläubig wurde diskutiert, ob Payment-Prozesse jemals funktionieren würden und die nötige Sicherheit bei den Bezahlvorgängen gewährleistet werden könne - und dann waren da ja auch noch die ganzen Warenkorbabbrecher. Kunden, die sich den Einkaufswagen vollpackten und nach dem dreiunddreißigsten Mal „Ja, ich bin wirklich sicher, daß ich das alles kaufen will“ entnervt aufgaben, werden mittlerweile ganz ordentlich bedient. Folge: Der Umsatz im elektronischen Handel ist im Jahr 2004 um 76 Prozent auf 202,6 Milliarden Euro im Vergleich zum Vorjahr gestiegen. Damit ist Deutschland Europameister im E-Commerce. „In bereits wenigen Jahren wird Online-Shopping über unterschiedlichste Branchen zum alltäglichen Einkaufsverhalten zählen“, so Stefan Knieß, CEO der MultiChannel Agentur Argonauten360°.

### **Beschäftigungszahlen steigen**

Die Marktforscher von Forrester Research sagen ein Umsatzwachstum von 32 Prozent jährlich voraus. Bis zum Jahr 2008 soll der E-Commerce-Umsatz auf 670 Milliarden Euro steigen. Und nicht nur die Umsätze werden sich positiv entwickeln, sondern auch die Beschäftigungszahlen. Laut des Bundesverbandes Digitale Wirtschaft werden aus den aktuell 376 000 Beschäftigten bald mehr als 400 000 werden. Damit zählt dieser Bereich zu den ganz wenigen, in denen derzeit überhaupt Arbeitsplätze entstehen. Es ist so etwas wie ein zweiter Boom, den dieser Wirtschaftszweig gerade erfährt. „Auf keinen Fall sollten die Unternehmen das enorme Potential, das sich hier bietet, unterschätzen“, kommentiert Dietmar Neidig, Vorstand clicktivities ag, die Positiventwicklung. „Einige Branchen wie der klassische Versandhandel haben von der Entwicklung so sehr profitiert, daß sie damit Umsatzeinbrüche in anderen Unternehmensbereichen abfedern konnten. Die Forcierung auf das strategische Wachstumsfeld E-Commerce ist das Regulativ, um der Geiz-ist-geil-Gesellschaft adäquat zu begegnen.“

Auch die Deutsche Telekom hat das verstanden. Zeitgleich zu der kürzlich lancierten Ankündigung ihres Vorstandes Kai-Uwe Ricke, er wolle seiner Kundschaft nun noch mehr Service bieten, entsteht nämlich im Geschäftskundenbereich der T-Systems zur Zeit ein IT-Shop. Mehr als bisher haben Ricke und seine Konzernstrategen damit Geschäftskunden im Visier.

„Wir haben die Geschäftskunden-Aktivitäten unter der Marke T-Systems gebündelt und wollen so unseren Kunden genau das geben, was sie wirklich brauchen“, so Ulrich Kemp, bei T-Systems verantwortlich für Vertrieb und Service von großen und mittelständischen Kunden. Laptops, Festplatten, Virens Scanner, Sicherheitspakete soll sich der Geschäftskunde in Zukunft auf Knopfdruck bestellen können. Klingt ungewöhnlich, ist aber angesichts der positiven Prognosen ein Schritt in die richtige Richtung.

Keine Frage, so ein IT-Shop könnte, wenn man es richtig macht, ein Rohdiamant in den Händen des Bonner Konzerns sein. Bleibt nur zu hoffen, daß solchen Ideen im Zuge der Umstrukturierung nicht die nötige Konzentration auf das Thema abhanden kommt.

Fakt ist: Viele Unternehmen konnten im vergangenen Jahr mit ihren E-Commerce-Strategien ordentliche Zuwächse verbuchen. Die konsequente Weiterentwicklung – immer eng orientiert an den Anforderungen der Kunden – erscheint daher nur folgerichtig.