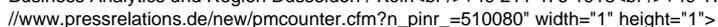




Unter der Lupe: IBM untersucht Zusammenspiel integrierter Handelskanäle

Unter der Lupe: IBM untersucht Zusammenspiel integrierter Handelskanäle
Stationäres Geschäft und Online-Handel im Fokus
Conrad Electronic kann am besten Ehningen - 08 Okt 2012: Immer mehr Handelsunternehmen setzen auf stationäres Geschäft in Kombination mit Online-Handel. Doch wie nahtlos greifen die verschiedenen Vertriebskanäle ineinander, wie einheitlich ist die Preisgestaltung, wie komfortabel sind die Rückgabeprozesse und wie gut die Services? IBM hat 30 Handelsunternehmen anhand von 65 Einzelkriterien genauer unter die Lupe genommen und eine Liste der zehn Besten erstellt: Auf dem ersten Platz ist Conrad Electronic, gefolgt von Saturn und Media Markt. Die Parfümeriekette Douglas hat es mit sehr geringem Abstand auf Rang vier geschafft. Insgesamt liegt der Elektronik-Handel damit auf den vordersten Plätzen, gefolgt von Mode- und Warenhäusern. Das Schlusslicht bildet der Lebensmittelhandel. IBM wird diese Untersuchung ab sofort in regelmäßigen Abständen vorlegen.
Wir haben das Zusammenspiel und die Performance von Online- und stationärem Handel der 30 bekanntesten Handelsunternehmen in Deutschland mit eigenen Teams wochenlang auf Herz und Nieren akribisch geprüft", sagt Roland Scheffler, Partner in der Strategieberatung bei IBM Global Business Services. "Die Unterschiede sind beträchtlich, doch die Tendenz ist ebenfalls eindeutig: die Integration schreitet voran, die Kanäle ergänzen sich, aber verdrängen sich nicht gegenseitig." Genau 65 Einzelkriterien wurden der Bewertung zu Grunde gelegt. Unter anderem zur Preisstrategie, zur Abwicklung von Online-Bestellungen im Geschäft und zuhause, zu Rückgabemöglichkeiten sowie zur Einbindung von Smartphones und Social Media-Kanälen. Am besten schnitten die großen Elektronik-Händler ab, ein fast erwartbares Ergebnis, obwohl Saturn und Media Markt erst wenige Monate im Online-Geschäft aktiv sind. Mit Abstand führend allerdings ist Conrad Electronics. Das Unternehmen erreichte mit 83 Prozentpunkten (Saturn: 66 Prozent, Media Markt: 63 Prozent) die höchste Punktzahl und ist außerdem Top-Performer im Hinblick auf die Funktionalitäten des Online-Auftritts und die Online-Bestellmöglichkeiten in den Filialen vor Ort. Ein weiterer Top Performer in der Kategorie Mobile Webseite und Apps ist außerdem SportScheck.
Die besten Zehn erreichen in der IBM Untersuchung mindestens 50 Prozentpunkte und liegen damit noch erheblich über dem Schnitt aller untersuchten Retailer, die bei knapp über 43 Prozent liegen.
Abgeschlagen ist der Lebensmittelhandel. Kein einziges Unternehmen schaffte es in die Top Ten. Dabei spielt allerdings eine entscheidende Rolle, dass die Filialnetze der großen Anbieter in Deutschland vergleichsweise sehr eng gespannt sind, die Logistik-Anforderungen aufgrund der Kühlkette sehr hoch sind und dass der deutsche Lebensmittelhandel mit den geringsten Margen in Europa arbeitet. Online-Handel lohnt sich da bisher nur für wenige Spezialanbieter.
Insgesamt kommen die Autoren der Untersuchung zu dem Schluss, dass die deutschen Handelsunternehmen bei der Integration ihrer Handelskanäle in den aller meisten Fällen noch viel Luft nach oben haben. "Die Ergebnisse zeigen deutlich, dass viele Geschäftsmodelle offensichtlich noch nicht ausreichend an die neuen Anforderungen angepasst wurden und viele Details in der Umsetzung noch verbesserungswürdig sind", ergänzt Roland Scheffler von IBM. "Trotzdem haben die Multikanalanbieter durch ihr vorhandenes stationäres Geschäft sehr gute Chancen, gegen die reinen Online-Händler, wie z.B. Amazon und Zalando, erfolgreich zu sein."
Kontaktinformation
Dagmar Domke
Unternehmenskommunikation
IBM Deutschland, Global Business Services, Energiebranche, Business Analytics und Region Düsseldorf / Köln
+49 211 476 1913
+49 170 480 82 28
dagmar.domke@de.ibm.com


Pressekontakt

Unternehmenskommunikation

71137 Ehningen

Firmenkontakt

IBM Deutschland

71137 Ehningen

IBM gehört mit einem Umsatz von 95,8 Milliarden US-Dollar im Jahr 2009 zu den weltweit größten Anbietern im Bereich Informationstechnologie (Hardware, Software und Services) und B2B-Lösungen. Das Unternehmen beschäftigt derzeit 399.400 Mitarbeiter und ist in über 170 Ländern aktiv. Die IBM in Deutschland mit Hauptsitz bei Stuttgart ist die größte Ländergesellschaft in Europa. Mehr Informationen über IBM unter: ibm.com/de/ibm/unternehmen/index.html IBM ist heute das einzige Unternehmen in der IT-Branche, das seinen Kunden die komplette Produktpalette an fortschrittlicher Informationstechnologie anbietet: Von der Hardware, Software über Dienstleistungen und komplexen Anwendungslösungen bis hin zu Outsourcingprojekten und Weiterbildungsangeboten.