



Jetzt kommt Social Shopping im Internet

Die virtuelle Tupperware-Party halten viele Experten für einen wesentlichen Zukunftstrend im Onlineshopping

Arno Maierbrugger

Wie schnell es gehen kann, wenn man neue Trends im Onlineshopping verschläft, hat sich anhand des behäbigen Versandhauses Quelle gezeigt: Die Abbildung eines Versandkataloges im Netz mit ein paar Add-Ons aus der digitalen Wunderküche reicht nicht, um Erfolg zu haben. Das Resultat ist bekannt: Kundenschwund, Konkurs. Neue Trends im Onlineshopping zu entdecken und zu übernehmen sind in der unbarmherzigen Konkurrenz im Internet ein Muss für alle, die geschäftlich überleben wollen.

Die Grundbausteine eines erfolgreichen Onlineshops sind schnell umrissen: Auswahl, übersichtliche Darstellung, leistungsfähige Datenbanken, schnelle und intuitive Bestellprozesse, hohes Sicherheitsniveau, rasche und kostengünstige Zustellung, Diskont- und Gebrauchtangebote, Verpackungs- und Geschenksservice, Kundenbindung per CRM-Systeme (Customer Relationship



Ein Onlineshop muss nicht nur wichtige Grundvoraussetzungen des Web-Business erfüllen, sondern auch konstant neue Trends adaptieren, um der Konkurrenz voraus zu sein. Foto: Bilderbox.com

Management) und Data Mining und nicht zuletzt eine starke Marke. Doch das haben viele. Die mittelfristige Zukunft online, so meinen Experten, liege im Social Commerce.

Tupperware-Partys

„Unternehmen, die es in Zukunft schaffen, die „Tupperware Economy“ digital umzusetzen, werden das Rennen um die

Gunst des Kunden gewinnen“, sagt Stan Laurent, CEO der Photobox-Gruppe Europe, ein Internetshop für Digitalfotoabzüge. „Heute ist der Kunde längst kein reiner Käufer mehr, sondern er möchte als aktives Mitglied im Gestaltungs- und Verkaufsprozess der Produkte angesprochen, überzeugt, unterhalten und begeistert werden“, so Laurent.

Als großen neuen Trend sieht die Branche Social-Shopping-Modelle. Dabei handelt es sich um Social Communities im Netz nach dem Vorbild der klassischen Tupperware-Partys, aber mit den Möglichkeiten des Internets und mit einer entsprechenden digitalen Entertainment- oder Infotainment-Komponente. Ein weiterer Zugang ist das Modell „Produkte finden

den Kunden“. Dies werde möglich – so meint zumindest Marc Drüner, Professor für Marketing und Innovationsmanagement an der Universität Berlin, wenn man hemmungslos Social Networks wie Facebook, Twitter und andere nützt. Denn die Nutzer von Social Networks geben ja zumeist bereitwillig ihr eigenes Profil an, woraus entsprechende Analyseverfahren dann gezielte Angebote direkt an die User abschicken können. Klammert man die ungelösten Datenschutzprobleme einmal aus, würde dies allerdings auch den nächsten Schritt des Internet-Marketings nach der Bannerwerbung bedeuten.

Der nächste große Schritt in die Zukunft des Onlineshoppings ist natürlich, diese Ideen ins Mobile Shopping zu übernehmen. Doch hier wurden erst wenige erste Möglichkeiten (M-Parking oder -Ticketing) umgesetzt, warum es so zäh geht, wüssten die Experten auch gerne. Der Big Bang ist bisher ausgeblieben, und alles grübelt noch immer über den richtigen Initialzündler.

Notiz Block



Datenlöschung per SMS

Auf vielfachen Kundenwunsch bringen die Computer-Foren-siker von Kroll Ontrack eine Datenlösch-Software speziell für mobile Endgeräte auf den Markt. Die Ontrack Eraser for Mobile Devices wurde gezielt

als Sicherheitsanwendung entwickelt, mit der Geschäftskunden die Daten auf ihren mobilen Endgeräten wie Handy, Smartphone und Ähnlichem bei Bedarf unwiderruflich löschen können. Dies kann wahlweise per SMS über das Mobilfunknetz oder direkt im Unternehmen auf dem PC erfolgen.

Stadt Wien berät bei grüner IT

Die Wiener Umweltschutzabteilung (MA 22) bietet im Rahmen des Öko-Business-Plans Wien ab sofort allen Wiener Unternehmen ein umfangreiches Beratungsangebot in Sachen energieeffiziente IT. Gemeinsam mit den Betrieben werden dabei intelligente grüne IT-Konzepte entwickelt, um den Energieverbrauch bei Servern und Computern durch entsprechende Maßnahmen zu senken.

www.oekobusinessplan.wien.at/angebot.html

Mobiles Internet im Vormarsch

Knapp 40 Prozent der Neukunden bei T-Mobile haben sich 2009 für ein Smartphone entschieden. Das war Grund genug für den Mobilfunkler, sich das Nutzerverhalten einmal genauer anzusehen. Deswegen hat T-Mobile Marketagent.com mit

einer Studie zur Smartphone-Nutzung in Österreich beauftragt. Die wichtigsten Ergebnisse: Mobiles Internet auf dem Smartphone hat sich durchgesetzt – rund 30 Prozent der Befragten nutzen es täglich. Und auch Applikationen liegen hoch im Kurs: Mehr als die Hälfte der Studienteilnehmer hat bereits Applikationen aus den diversen App-Stores heruntergeladen. Trend Nummer drei: Die Nutzung von GPS-Funktionen auf dem Smartphone, auch und gerade im Auto – acht von zehn der Befragten verwenden ihr Smartphone als Navigationsgerät. Die Studie bestätigt zudem den Trend zu Applikationen: Jeder zweite Befragte lädt Applikationen auf sein Smartphone, und zwar vor allem aus den Bereichen Games (57 Prozent), Social Networks (53 Prozent), Informationen wie Nachrichten, Wetter und Sport (53 Prozent) sowie Navigation (51 Prozent). Klarer Sieger ist Facebook: Diese Applikation nutzen die Befragten generell am meisten –

klar vorne liegt sie jedoch auch speziell im Bereich Social Networking (Facebook 84, Twitter 18, Studi VZ 17 und Myspace 17 Prozent).

Büroarbeitsplätze zum Fixpreis

Die Telekom Austria geht in die Offensive. Nach den unlängst vermeldeten Verlusten sollen nun neue Geschäftsfelder einen Beitrag zur Rückkehr in die schwarzen Zahlen leisten. Den Start macht das Büro-Komplett-Paket: Ab 59 Euro pro Monat wird ein Büroarbeitsplatz mit Festnetz, Mobilfunk, Internet, Hardware, Software und Service angeboten. Der Vorteil besteht laut Telekom Austria im Rundumservice an 365 Tagen im Jahr und der vollen Kostentransparenz. Auch eine Ifes-Studie wurde dazu präsentiert. So sollen bis zu 17 Prozent Kostenersparnis für Unternehmen mit diesem Angebot drinnen sein. kl