

# The New Commerce – – E-Commerce ist überall

## – einige Phänomene und Erläuterungen –

**Prof. Dr. Georg Rainer Hofmann**

Berlin, 17. Juni 2015

Düsseldorf, 6. Juli 2015

(17. Juni 2015)

**eco**



hochschule aschaffenburg  
university of applied sciences

The „New Commerce“ ? ...  ... ?

**Online-Anteil am Handel wächst weiter !**

**Online-Anteil wächst nicht mehr soo sehr !**

**Mobile ! Mobile ! Mobile !**

**Multi-Channel**

**Delivery von Paketen über Drohnen**

**„social commerce“**

**Produkte aus dem 3D-Drucker**

## Die wesentlichen Ergebnisse des Vortrags vorweg ...

### 1) Der Einzelhandel ist fast zur Gänze von E-Commerce durchdrungen.

- Das Ergebnis der Entwicklungen der letzten 20 Jahre
- → Es macht nur noch wenig Sinn, von „E-Commerce-Anteilen“ zu reden

### 2) Neue Kaufentscheidungen der Endkunden im E-Commerce.

- Neue Produktbereiche, die bislang dem stationären Handel vorbehalten waren
- → Entwicklung des „kontextsensitiven E-Commerce“

### 3) Neue Formen der Delivery.

- „Kundennahe Lagerhaltung“ – qualifiziert, temperaturgeführt
- Individuelle und „shared delivery“ – das „UBER der Dinge“
- → Neue Aufgaben und Rollen für den stationären Handel

... as taking home messages

**Prof. Dr.-Ing. Georg Rainer Hofmann**

**Professur für Datenverarbeitung**  
**und Unternehmensführung**

**Information Management Institut IMI**

- Leitbilder und Strategien in – und für – Datenverarbeitung und Unternehmensführung
- Informations- und Wissensbewertungssysteme
- E-Commerce
- Beratungsbetriebslehre – „Beraterberatung“
- „Mathematik und Philosophie“



hochschule aschaffenburg  
university of applied sciences



[georg-rainer.hofmann@h-ab.de](mailto:georg-rainer.hofmann@h-ab.de)

## Prof. Dr.-Ing. Georg Rainer Hofmann

1982 – 1986 Studium der Informatik mit Nebenfach Volkswirtschaftslehre  
Technische Universität Darmstadt

1990 – 1992 Wiss MA und Abteilungsleiter Fraunhofer IGD, Darmstadt

1993 – 1996 Prokurist KPMG, Frankfurt am Main und Berlin

seit 1993 Sprecher GI-Fachgruppe „Software- und Service-Markt“

seit 2006 Beirat Design3000 GmbH, Erbach i. Odw., Berlin

seit 2011 Sprecher der Kompetenzgruppe „E-Commerce“ eco e. V.

seit 1995 Gastdozent an der Universität Würzburg

etc., ...

# Akzeptanz von Systemen

- der Informationstechnologie (IT)
- und anderen technischen Systemen

## Projekte im **Information Management Institut IMI**



<http://www.kontaks.de>



<http://www.mainproject.eu>



<http://www.karabonita.de>



EUROPÄISCHE UNION  
EUROPÄISCHER SOZIALFONDS

ESF IN BAYERN  
WIR INVESTIEREN IN MENSCHEN

## Angewandte Forschung des Europäischen Sozialfonds in Bayern (ESF)

<http://www.sozialministerium.bayern.de/esf/bayern/index.php>

## Projektpartner:



hochschule aschaffenburg  
university of applied sciences



## Woher kommen wir ?

### Der Urknall des „E-Commerce“ in Deutschland ?

**Darmstadt, 11. April 1995, 16:00 Uhr** – ein Panel an der 3. WWW-Konferenz (Summa, Klute, Cole, Meissner, Merzdorf, Pawlik):

→ Paneldiskussion: „*Commercial Use of the WWW in Europe*“

### Einige seither identifizierte (gelöste?) Problemkreise:

Generelle Akzeptanz: E-Commerce ist möglich und seriös – überall

Mediale Probleme: Wiedergabe von Text, Graphiken, Bildern, etc.

Bezahlverfahren: Karte, Abbuchung, Rechnung, Raten, etc.

Abwicklung der Lagerhaltung, Warenwirtschaft, Logistik – Baseline.

## Wo gehen wir hin ?

### Weitere identifizierte (weniger gelöste ...) Problemkreise:

Gestaltung der juristischen Rahmenbedingungen: EU? Komplexität?

Schemata der Preisbildung in transparenten Märkten – Kalkulation

Persönlichkeitsrechte der Kunden: Vertrauen, Datensicherheit

Psycho-soziales Umfeld der Shops, psycho-emotionale Situation der Kunden

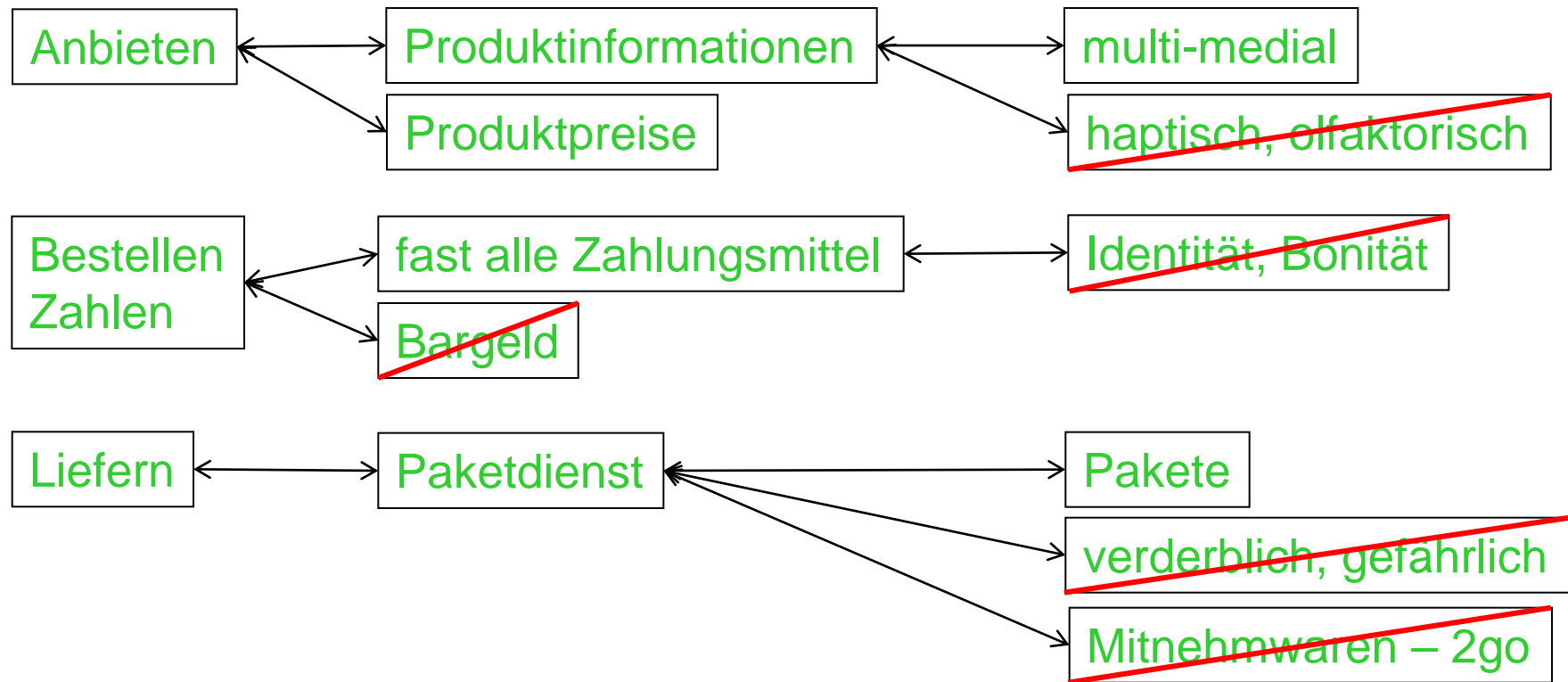
→ Analytische Darstellung der Erfolgsparameter? – Qualitätsaspekte?

### Welche Phänomene sind quasi „ante portas“ ?



## Phänomen 1 :

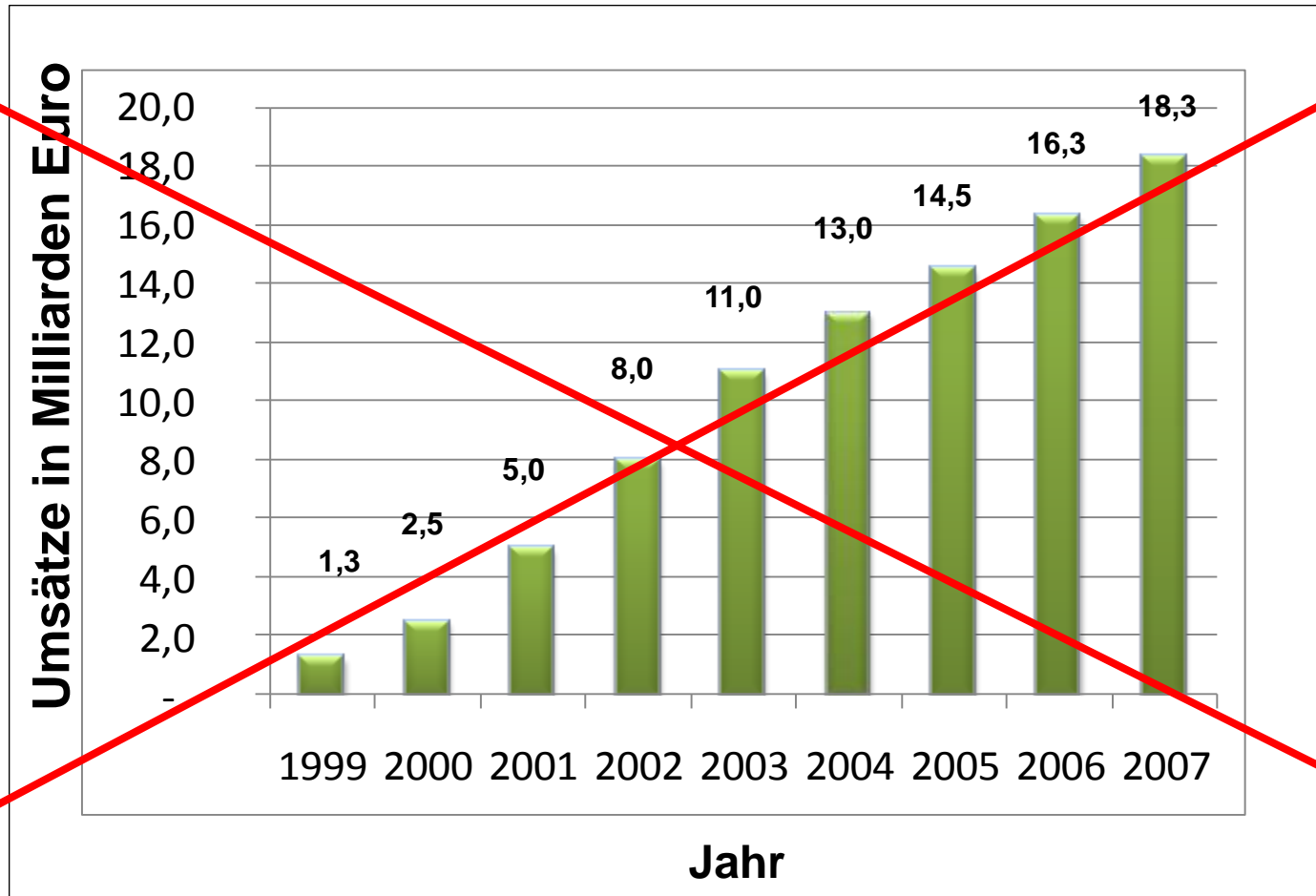
Der Einzelhandel ist **fast** zur Gänze von E-Commerce durchdrungen.



→ Die Entwicklungen werden sich „analog“ fortsetzen ...

## Phänomen 1 :

Der Einzelhandel ist **fast** zur Gänze von E-Commerce durchdrungen.

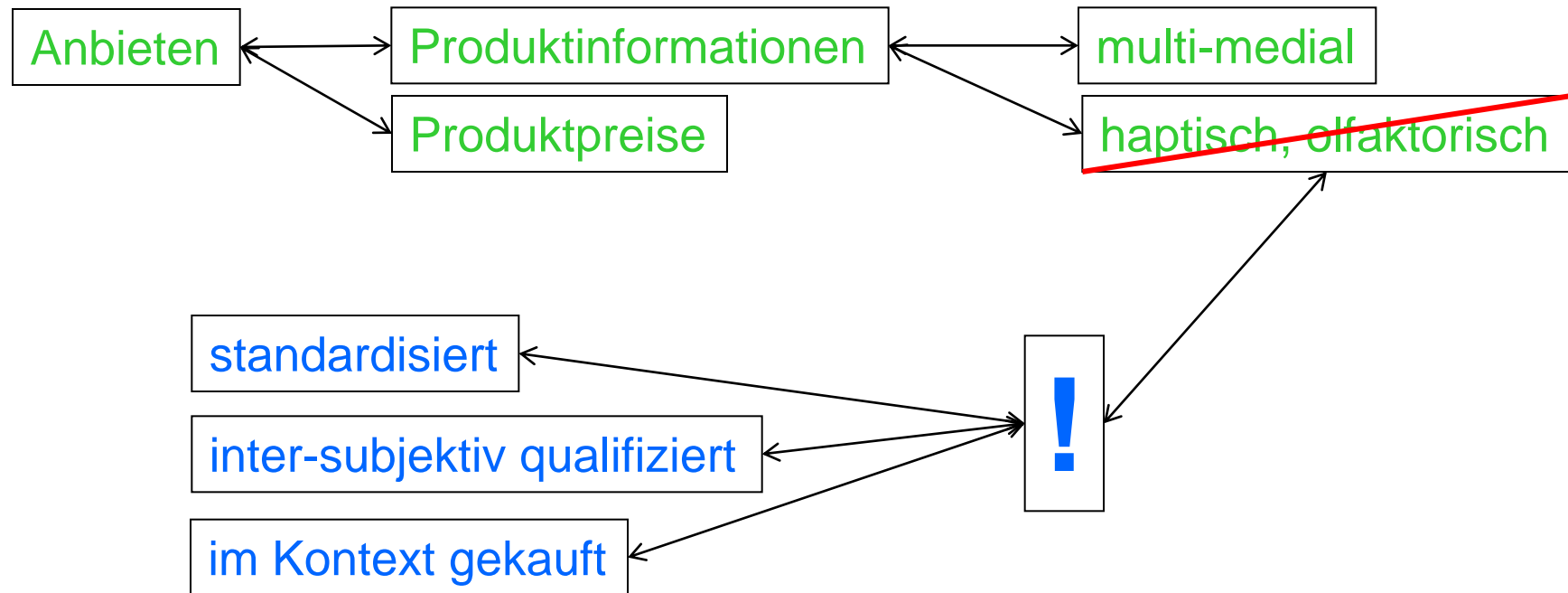


- Umsätze sind nicht klar abgrenzbar
- Prognosen strittig; Methode der Schätzung?
- Angaben und Vorhersagen zum Teil von Interessen geleitet - !?!

Quelle: Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (HDE), November 2006

## Phänomen 2 :

### Neue Kaufentscheidungen der Endkunden im E-Commerce.



→ **Neue Produktbereiche, die dem stationären Handel vorbehalten waren, werden im „kontextsensitiven E-Commerce“ erschlossen.**

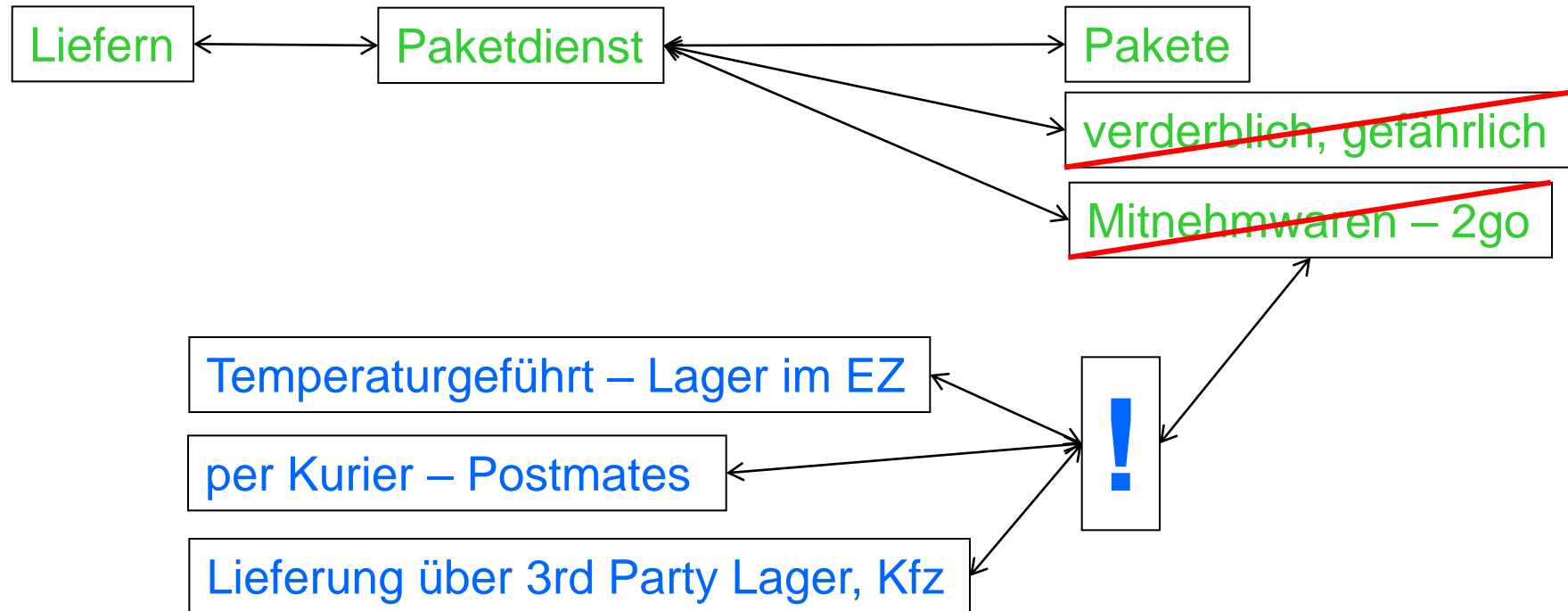
## Phänomen 2 :

### Neue Kaufentscheidungen der Endkunden im E-Commerce.



## Phänomen 3 :

### Neue Formen der Delivery



→ „Kundennahe Lagerhaltung“: Qualifiziert, temperaturgeführt;  
Individuelle und „shared delivery“ – das „UBER der Dinge“.



# Phänomen 3 :

## Neue Formen der Delivery



## Was tun ? – einige Erkenntnislinien und Handlungsoptionen :

### → **Neubewertung der „Internetwirtschaft“:**

Das Internet ist für die deutsche Wirtschaft ein zentraler Produktionsfaktor; aus der gesamten(!) deutschen Wirtschaft ist eine Internetwirtschaft geworden.

### → **Mehr Qualitätsprodukte im Onlinevertrieb:**

Durch kontextsensitive Ansätze können weitere Produktgruppen qualifiziert den Kunden angeboten werden. Der vom Fachhandelsdilemma betroffene stationäre Handel wird pro-aktiv integriert.

### → **Lernschleife der stationären Händler:**

Die Händler verkaufen das „erste“ Exemplar, bewerben den Onlinehandel und setzen ihre Infrastruktur als Auslieferer ein.

### → **Das „UBER der Dinge“:**

Die Lieferung von Einzelprodukten per Kurierdienst vom Auslieferer zum Kunden nach Maßgabe und den Prinzipien der „shared economy“.

## **Karl Marx, 5. Mai 1818 – 14. März 1883**

- **Die Philosophen haben die Welt nur verschieden interpretiert, es kömmt drauf an, sie zu verändern.**

11. These über Feuerbach, 1845, publ. 1888

- **Wenn man die Welt verändern will, kommt es erstens darauf an, sie richtig zu interpretieren.**

Eintrag im Gästebuch Karl-Marx-Haus, Trier, 2008