

bevh-Politikbrief | E-Commerce als Treiber der Digitalisierung im Handel



Sehr geehrte Damen und Herren,

die Corona-Pandemie hat mehr als je zuvor aufgezeigt, wie notwendig die Digitalisierung für den Handel ist. Die Zukunft des Einkaufens liegt in einem nahtlos verknüpften Einkaufserlebnis - ohne Trennung zwischen online und offline. Der E-Commerce und die damit einhergehende Digitalisierung ermöglicht es kleinen und mittelständischen Händlern also, sich gerade durch die Nutzung bestehender Marktplatz- und Plattforminfrastrukturen, krisensicher und zukunftsfähig aufzustellen.

E-Commerce fördert das Innovationspotenzial von künstlicher Intelligenz (KI) im Handel.

KI wird heute schon für verschiedene Zwecke im Online-Handel entlang der gesamten Lieferkette eingesetzt. Sei es als intelligente Mensch-Maschine-Interaktion im Kundenservice, als vorausschauendes Beschaffungssystem, das den tatsächlichen Bedarf oft exakt antizipieren kann, zur Optimierung des Sortiments oder der Lieferung, oder als Werkzeug im Kampf gegen Cyberkriminalität und Betrug. Die KI-Anwendungen, die im E-Commerce zum Einsatz kommen, sind vielfältig und bieten Lösungen, die die IT bisher nicht oder zumindest nicht in wirtschaftlich vertretbarer Weise bereitstellen konnte. Diese Entwicklung ist nicht nur für die Unternehmen selbst von Vorteil. Der Einsatz von prädiktiven Technologien kann auch zu mehr Nachhaltigkeit und zur Ressourceneffizienz beitragen.

Vorteile für ArbeitnehmerInnen

Viele Tätigkeiten, die früher von Menschen erbracht werden mussten, können nun von KI übernommen oder zumindest von ihr unterstützt werden. Dies führt jedoch nicht zwangsläufig, wie häufig angenommen, zum Verlust von Arbeitsplätzen, sondern ganz im Gegenteil auch zur Schaffung höherqualifizierter Jobs in der E-Commerce-Branche. Damit dieses Innovationspotenzial weiter erhalten, gefördert und ausgeschöpft werden kann, bedarf es eines ausreichend flexiblen regulatorischen Rahmens und einer entsprechenden Arbeitsmarkt- und Bildungspolitik, die möglichst früh ansetzen, um die Anwendung von KI und digitalen Produktionsprozessen zu vermitteln.

Datensicherheit zuerst

Daten sind das Lebenselixier der E-Commerce-Branche und haben in den vergangenen Jahren auch in allen anderen bedeutenden Wirtschaftszweigen zunehmend an Bedeutung gewonnen. Sie ermöglichen Technologien wie KI, maschinelles Lernen und Internet of Things (IoT), die für künftiges Wachstum unerlässlich sind. Daher ist es von entscheidender Bedeutung, einen geeigneten Rahmen zu schaffen, der es europäischen Unternehmen ermöglicht, sowohl produkt- als auch im Einklang mit der DSGVO personenbezogene Daten besser für Innovation und Wachstum zu nutzen, um mit ihren insbesondere chinesischen und US-amerikanischen Pendanten konkurrieren zu können.

Mehr Service für Verbraucherinnen und Verbraucher

Auch die VerbraucherInnen profitieren von der stetigen Verbesserung und Weiterentwicklung von Technologien und Prozessen, die ein innovatives Einkaufserlebnis ermöglichen und damit einem veränderten Kundeverhalten Rechnung tragen können. Anhand von Daten können die Interessen der KundInnen und auch der genaue Bedarf an Produkten ermittelt werden. Diese Informationen ermöglichen es, den VerbraucherInnen die Produkte anzuzeigen, die für sie relevant sind. Solch personalisierte Werbung ist nicht per se schlecht, sondern ein Service des Händlers für den Kunden: Kein Hundebesitzer wird großes Interesse daran haben, Werbung für Katzenfutter angezeigt zu bekommen. Zwar wird bereits an Lösungen gearbeitet, die auch ohne das Platzieren von Cookies auskommen, bis dahin profitieren aber gerade kleine und mittelständische Unternehmen davon, Kunden dank personalisierter Werbung auf sich aufmerksam zu machen. Sie generieren so eine deutlich größere Reichweite und sprechen gezielt interessierte KonsumentInnen an. Jegliche Datenverarbeitung erfolgt dabei in dem von der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) vorgegebenen Rahmen. Übrigens: Personalisierte Werbung findet ebenso im stationären Handel statt, z.B. empfehlen VerkäuferInnen den Kunden aufgrund ihres Äußeren gewisse Modemarken. Was also offline erlaubt ist, muss auch online weiterhin möglich bleiben.

Über die Bedarfsermittlung und Datenverarbeitung zu mehr Nachhaltigkeit

Prozesse und Datenverarbeitung im E-Commerce ermöglichen es den Unternehmen, effizienter und ressourcenschonend zu kalkulieren. So können Unternehmen nachfrageabhängig herstellen und einkaufen, wodurch weniger Überhänge entstehen. Außerdem werden VerbraucherInnen, die bewusst und nachhaltig konsumieren möchten, im Onlinehandel leichter fündig. Sie können sich beim Online-Einkauf bei

einer Vielzahl an Anbietern ausführlich über die nachhaltigen Eigenschaften von Produkten informieren oder / und die Angebote mit Hilfe von Vergleichsportalen und Filterfunktionen vergleichen. Detaillierte Produktbeschreibungen überber Materialbeschaffenheit, Funktion und Verwendung des Produktes, Beschreibung oder Video über die Herstellung sowie Verlinkung zum Hersteller geben die Möglichkeit, genau das Produkt zu wählen, welches dann auch wirklich das richtige ist und womöglich viele Jahre benutzt wird.

Sehr geehrte Damen und Herren,

wir hoffen, dieser Politikbrief bietet Ihnen spannende Erkenntnisse darüber, wie E-Commerce hilft, die Digitalisierung des gesamten Handels voranzutreiben und damit dem Wirtschaftsstandort Deutschland, Unternehmen und VerbraucherInnen interessante Zukunftsperspektiven eröffnet. Bei Interesse stehen wir gerne auch zu einem persönlichen Austausch zur Verfügung und laden Sie ein, Onlinehändler und deren Arbeit bei einem Besuch vor Ort - oder gerne auch virtuell – kennenzulernen.

Über den bevh

Der Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh) ist die Branchenvereinigung der interaktiven Händler (d.h. der Online- und Versandhändler). Neben den Versendern sind dem bevh auch namhafte Dienstleister angeschlossen. Nach Fusionen mit dem Bundesverband Lebensmittel-Onlinehandel und dem Bundesverband der Deutschen Versandbuchhändler, repräsentiert der bevh die kleinen und großen Player und mehr als 75 Prozent des Umsatzes der Branche im Endkundengeschäft. Der bevh vertritt die Brancheninteressen gegenüber dem Gesetzgeber sowie Institutionen aus Politik und Wirtschaft. Darüber hinaus gehören die Information der Mitglieder über aktuelle Entwicklungen und Trends, die Organisation des gegenseitigen Erfahrungsaustausches sowie eine fachliche Beratung zu den Aufgaben des Verbands.

Kontakt:

Daniela Bleimaier, Leiterin Public Affairs Deutschland & Regionales: db@bevh.org

Alien Mulyk, Referentin Public Affairs EU & International: am@bevh.org

Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh) - Atrium
Friedrichstrasse - Friedrichstr. 60 - Berlin 10117 - Germany

