

BVDW: Einkaufswelten sind wichtiges Trendthema im E-Commerce

Visuelles Shopping wird immer wichtiger / Hochwertige Produktvideos auf dem Vormarsch

Düsseldorf, 28. April 2010 – Einkaufswelten sind eines der wichtigsten Trendthemen im E-Commerce. Laut den Experten der Fachgruppe E-Commerce im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. wird es künftig nicht mehr ausreichen, Produkte mit einer Beschreibung samt einfachen Abbildungen in Online-Shops zu präsentieren. Immer wichtiger wird die visuelle Aufbereitung, die Produkte ansprechend in Szene setzt. Einen zunehmend höheren Stellenwert nehmen dabei hochwertige Produktvideos ein. Zu den weiteren Trendthemen gehören Mobile Commerce und Social Commerce. Treiber hierfür sind die zunehmende Anzahl mobiler Internetnutzer sowie die steigende Beteiligung an Social Media.

Viele Online-Shops nicht mehr zeitgemäß

„Die Aufbereitung von Produkten ist in vielen Online-Shops schon jetzt nicht mehr zeitgemäß. Eine einfache Produktbeschreibung mit einer kleinen Abbildung reicht nicht mehr aus, um Online-Käufer zu begeistern. Zudem ist es oft mühselig, das Angebot ähnlicher Artikel zu überblicken. Von einem Shopping-Erlebnis kann hier keine Rede sein. Hier schaffen visuell aufbereitete, gut verknüpfte und zudem strukturierte Einkaufswelten Abhilfe“, sagt Achim Himmelreich (Mücke, Sturm | Company), Vorsitzender der Fachgruppe E-Commerce im BVDW.

Frühzeitig auf künftige Anforderungen reagieren

„Viele Online-Shops sind historisch gewachsen und auf die Möglichkeiten der technischen Infrastruktur beschränkt. Online-Shop-Betreiber und E-Commerce-Verantwortliche sollten sich daher frühzeitig für künftige Anforderungen rüsten, um konkurrenzfähig zu bleiben“, ergänzt Thorben Fasching (hmmh multimediahaus), stellvertretender Vorsitzender der Fachgruppe E-Commerce im BVDW.

Virtueller Einkaufsbummel

Neben einer ansprechenden Aufbereitung gehört zu einer hochwertigen Einkaufswelt die intelligente Einbindung von weiteren Produkten, die im Interessensfeld des Nutzers liegen könnten. Den virtuellen Einkaufsbummel runden Verkaufskampagnen und zeitlich begrenzte Preisaktionen ab.

Mobile Shoppen

Die Nutzung von mobilen Endgeräten als Shopping-Plattform wird zukünftig weiter zunehmen. Treiber dafür sind unter anderem die steigende Anzahl internetfähiger Mobiltelefone mit großem Display und günstige mobile Internetflattrates. Ebenfalls das Bedürfnis der Mobile-

Nutzer, orts- und zeitunabhängig einzukaufen, treiben den M-Commerce voran.

Sozial einkaufen

Empfehlungen durch Nutzer, unter anderem in Sozialen Netzwerken und Blogs sowie Nutzerbewertungen in Online-Shops, wirken sich immer stärker auf Kaufentscheidungen aus. Künftig wird es für Marken und Produkte deutlich wichtiger, zielgruppenrelevant innerhalb von Social Media Communities vertreten zu sein. Für die Nutzer wird es zudem immer einfacher, eigene Web-Shops mit individuellen Empfehlungen aus großen Online-Shop-Sortimenten zu eröffnen, die im Gegenzug am Verkaufserlös beteiligt sind.

Weitere Informationen zur Fachgruppe E-Commerce im BVDW unter www.bvdw.org.

Hochauflösendes Bildmaterial unter:
www.bvdw.org/presseserver/ecommerce_trends/

Ansprechpartner für die Presse:

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.
Kaistraße 14, 40221 Düsseldorf
www.bvdw.org

Ingo Notthoff, Pressesprecher
Tel: +49 (0)211 600456-25, Fax: -33
notthoff@bvdw.org

Über den BVDW

Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. ist die Interessenvertretung für Unternehmen im Bereich interaktives Marketing, digitale Inhalte und interaktive Wertschöpfung. Der BVDW ist interdisziplinär verankert und hat damit einen ganzheitlichen Blick auf die Themen der digitalen Wirtschaft. Er hat sich zur Aufgabe gemacht, Effizienz und Nutzen digitaler Medien transparent zu machen und so den Einsatz in der Gesamtwirtschaft, Gesellschaft und Administration zu fördern. Im ständigen Dialog mit Politik, Öffentlichkeit und anderen Interessengruppen stehend unterstützt der BVDW ergebnisorientiert, praxisnah und effektiv die dynamische Entwicklung der Branche. Die Summe aller Kompetenzen der Mitglieder, gepaart mit den definierten Werten und Emotionen des Verbandes, bilden die Basis für das Selbstverständnis des BVDW. **Wir sind das Netz.**