



K O M M E N T A R

WEARABLES UND E-COMMERCE – PASST DAS?

Wearables und E-Commerce, das hört sich zunächst logisch an. Doch ob dieses Szenario wirklich beim Kunden ankommt, da bin ich mir nicht sicher. E-Commerce ist eine visuelle und bildliche Sache und damit schwierig auf kleinen Displays abzubilden. Trotzdem kann ich mir realistische E-Commerce-Verknüpfungen vorstellen. Denkbar scheint mir, dass Kunden via Wearables stöbern, liken, teilen: Topseller, Bewertungen, Preisvergleiche etwa. Vielleicht trifft jemand anhand von Bildern die Vorauswahl für ein Produkt oder bestellt sogar, wenn er vor einem Laden steht, und prüft, ob es das im Internet günstiger gibt. Das wird aber die Ausnahme bleiben. Gegebenenfalls schaut er auch im Internet nach, ob ein Laden in der Nähe ein Produkt vorrätig hat. Dann kommt man in einen Bereich hinein, der interessant für Wearables ist: Location-based Services: Coupons, Rabattaktionen oder Eventankündigungen lassen sich prima auch auf kleinem Display darstellen, wenn der Träger an einem Laden vorbei geht. Natürlich zählen auch Bezahlfunktionen sowie der schnelle Eintritt mit einem eTicket dazu. Ebenso ist der Kauf von alltäglichen Gebrauchsgegenständen denkbar, die bekannt und zentral hinterlegt sind. Oder der Blumenstrauß, der direkt zur Geburtstagserinnerung angeboten wird. So werden bestimmt einige Prozesse schnell effizienter.

[Silvan Dolezalek](#) ist Gründer und Geschäftsführer von CosmoShop. Das Unternehmen entwickelt und produziert E-Commerce Anwendungen sowie die Shoplösung CosmoShop.

