

## Pro & Contra – Pro & Contra – Pro & Contra



### PRO

Mit Click & Collect können unsere Käufer online oder mobil shoppen und ihre Artikel bequem in einem Geschäft in ihrer Nähe abholen. Sie profitieren dabei vor allem von der Flexibilität, selbst entscheiden zu können, wann sie ihre Ware in welchem Geschäft abholen. Der Service ist versandkostenfrei, versteht sich. Stationäre Händler wiederum bekommen mit Click & Collect noch umfassendere Unterstützung dabei, ihr Geschäft zu entwickeln und im Omnichannel-Handelsumfeld erfolgreich zu sein. Über eBay Click & Collect können Händler das Angebot aus ihren Geschäften den hierzulande mehr als 17 Millionen aktiven eBay-Käufern online und mobil zugänglich machen. Darüber hinaus können sie mit der Verschmelzung der Kaufkanäle noch mehr Kunden in ihre Geschäfte ziehen und ihre lokalen Umsätze ankurbeln. Unsere Studie „Zukunft des Handels“ zeigt, dass mehr als die Hälfte (53 Prozent) der Verbraucher, die bei ihrer Bestellung Click & Collect genutzt haben, bei der Abholung im Geschäft zusätzliche Artikel mitkauften. Für Händler steckt hierin großes Potenzial, ihren Gesamtumsatz zu steigern.

Das haben auch große Partner wie MediaMarkt, Saturn oder A.T.U. erkannt. Selbst Möbel und Einrichtungsgegenstände lassen sich auf diese Weise bei eBay kaufen und beispielsweise bei porta vor Ort abholen.



Andreas Häntsch ist Head of Shipping & Local bei eBay in Deutschland. Er verantwortet sowohl klassische Versand-Aspekte als auch Themen rund um das Zusammenwachsen von Online- und Offline-Kanälen. Hierzu zählen Omnichannel-Initiativen für Händler aller Größen, aber auch Innovationsprojekte, die eBay gemeinsam mit Versanddienstleistern und anderen Partnern vorantreibt. Zuvor war Andreas Häntsch bereits als Head of Enterprise Account Management Europe für die Betreuung großer und internationaler Handelsunternehmen und Markenhersteller zuständig, die eBay als Teil ihrer Multi-Channel-Strategie nutzen.

>>> Auf der dmexco: H08, Stand C 611 B 064



### KONTRA

Click & Collect klingt nach einer sehr charmanten Art, online-affine Kunden beim Kauf von Waren im Web doch noch in den stationären Handel zu locken: Online bestellen, im Geschäft abholen. Alle sind zufrieden, der eine kann im Onlineshop stöbern und der andere hat die Gelegenheit, den Kunden mit zusätzlichen Angeboten in der Filiale vom Kauf weiterer Produkte zu überzeugen. Die Realität sieht aber teilweise anders aus und die Chancen, die Click & Collect bietet, bleiben häufig ungenutzt, so ist mein Eindruck bisher. Oft ist das Konzept in der Filiale nicht angekommen. Es gibt keinen zentralen C&C-Abholpunkt ohne Wartezeiten, die Verkäufer sind nicht involviert oder geschult. Und: Wer online bestellte Ware am POS lediglich verpackt und abholbereit deponiert, verpasst die Chance, mit dem Kunden in Kontakt zu treten. Aber das ist doch gerade der Hintergedanke bei C&C: die Kommunikation und Beratung mit dem Kunden. Natürlich trägt der Verkäufer auch das Risiko, dass Ware nicht abgeholt wird. Meistens wird aus dem Bestand in der jeweiligen Filiale geschöpft. Und soll auch wieder dahin zurück.

Dafür braucht es Prozesse und es muss mit der WaWi-Lösung vereinbar sein. Gefällt die Ware vor Ort dem Abholer nicht, beginnt der nächste Prozess zu laufen.



Silvan Dolezalek ist Gründer und Geschäftsführer der 1997 gegründeten CosmoShop GmbH, die er direkt nach dem Studium als Startup zusammen mit Peter Hoolmans aufgebaut hat. CosmoShop entwickelt und produziert E-Commerce-Anwendungen sowie die Shoplösung CosmoShop und berät als E-Business-Agentur Großkunden wie Europapark Rust oder Vodafone. Dolezalek betreut hauptsächlich die Bereiche Key Accounts und Marketing und ist als „alter Hase“ der E-Commerce-Branche Mitglied in diversen Jurys, darunter dem Gremium für den Shop Usability Award.