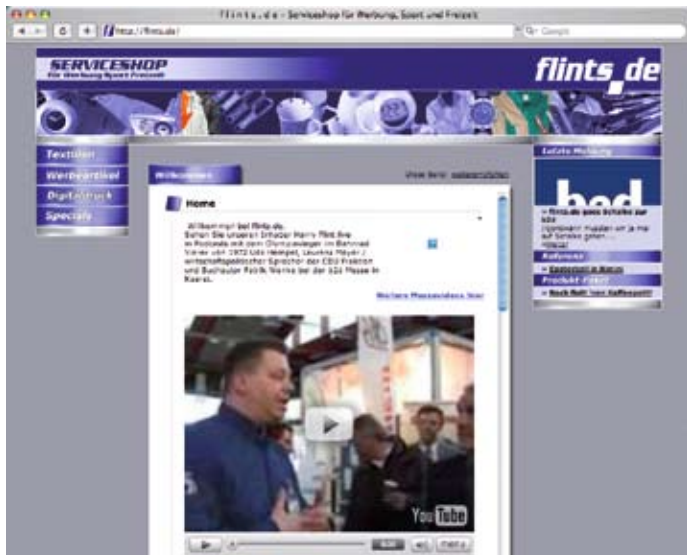


KAUFANREIZ

Umsatzsteigerungen durch Videobotschaften und Livestreams



Videos auf dem Vormarsch im Internet. Die Leute wollen was sehen ...

Durch den Einsatz bewegter Bilder im Internet wird die Warenpräsentation deutlich verbessert und das von vielen Nutzern vermisste Ein-

die so genannten Impuls-Käufer zu erreichen. Fast 60 Prozent der Deutschen im Alter von 14 bis 54 Jahren haben nach Goldmedia-

kaufserlebnis geschaffen. Das ist das Ergebnis der von der Strategieberatung Goldmedia in Kooperation mit targa.tv in Hamburg durchgeführten Studie „eCommerceTV: Marktpotenziale für die Integration von Bewegtbild auf Online-Handelsplattformen“. Bewegtbilder im Internet tragen demnach dazu bei, neue Zielgruppen anzusprechen und neben den gezielt einkaufenden Internet-Shoppern auch

2007 im Internet eingekauft. Nur 27 Prozent allerdings wollen dies künftig häufiger tun. Und seit 2004 stagnieren die Wachstumsraten im Online-Handel. Nutzeranalysen im eCommerce zeigen deutlich, wie wichtig als Kaufanreiz eindrucksvolle Produktpäsentation und positive Einkaufserlebnisse sind.

Die großen Katalogversender und Online-Shops haben sich bereits darauf eingestellt und starten derzeit eigene Bewegtbildformate. Das zeigen beispielsweise Amazon, Neckermann TV oder brandneu von Otto sowie Tchibo WebTV.

Auch Teleshopping-Sender wie HSE24 sind dabei, ihre Onlineshops durch Livestreams oder Produktvideos zu erweitern. Die Erwartungen sind groß: „Was der eCommerce-Markt gewinnen kann, wird stark davon beeinflusst, wie viele und wie schnell die Unternehmen Bewegtbild einbinden“, sagt Studienautor und Goldmedia-Consultant Mathias Birkel. Er prognostiziert satte Umsatzgewinne: Bei einem Einsatz von Bewegtbildern am Markt von bis zu 30 Prozent sowie einer Erhöhung der Conversion Rate um 20 Prozent erwarte Goldme-

die Umsatzzuwächse von rund 1,5 Milliarden Euro in den nächsten fünf Jahren.

Verbesserte Einkaufserlebnisse will auch der Einzelhandel schaffen. Und das muss er auch, will er der Online-Konkurrenz Paroli bieten. Geht es nach Zukunftsforscher Matthias Horx, soll Shopping „Vertraulichkeit und Nähe zu den Konsumenten“ herstellen. Bewusste Konsumenten erhoffen nach seiner Ansicht Authentizität und Wohlfühlwelten nach Vorbild der Apple-Stores. Multisensorik, stärkerer IT-Einsatz, Marketing mit allen Sinnen, Emotionalisierung des Handels sind die Schlagworte, mit deren Umsetzung man der Ununterscheidbarkeit vieler Handelsangebote begegnen will.

„Moderne IT-Systeme unterstützen den Einzelhandel zunehmend bei Prozessoptimierung, Expansion und Kundenbindung. Kunden suchen Nähe und Vertraulichkeit“, sagt Matthias Harsch, Mitglied der Geschäftsführung beim Technologiehersteller Bizerba mit Hauptsitz in Balingen. Die Digitalisierung werde den Vermarktungsprozess revolutionieren und den Anbietern und Käufern bis dato ungeahnte Möglichkeiten bieten.

Bei Bizerba gehören intelligente CE-Kassenwaagen-Systeme zum Konzept. Für die Kunden zeigt die Kasse auf dem Kundendisplay beispielsweise den Namen der Verkäuferin und aktuelle Angebote des Hauses an. Außerdem können Informationen über Nährwerte, Zusatzstoffe und Allergene, Hinweise zur Herkunft und der empfohlenen Lagerung abgerufen werden. Ebenso gibt das System ganze Rezeptvorschläge zu einem Produkt und liefert die notwendigen Zutaten auf einer ausgedruckten Einkaufsliste gleich mit.

Doch das sei nur der Anfang: Neben statischen Bildern werden künftig immer mehr dynamische Bildvariationen und Videobotschaften über die Waage gesendet, die dem Kunden eine Vielzahl von Anregungen geben, Neues auszuprobieren. „Den Kaufanreiz kann man steigern, indem abhängig von dem gekauften Produkt gleichzeitig verschiedene Coupons ausgedruckt werden, die dem Kunden weitere Produkte zu reduzierten Preisen anbieten.“

Die Stunde innovativer Informationssysteme im Handel hat geschlagen. Gefordert sind heute Software- und Hardwarelösungen, die es ermöglichen, zusätzliche Funktionalitäten zu ergänzen und einzelne Komponenten kostengünstig auszutauschen“, so die Markterfahrung von Harsch. Über Zehntausende von Jahren hinweg haben die Menschen ganz einfach kommuniziert. Der Eine hat dem Anderen etwas gezeigt oder erzählt. Diese tradierten Systeme werden im Internet mit Video und Audio neu belebt. Hinzu kommt, dass die Zahl der Menschen auf der Welt zunimmt, die ohnehin nicht lesen kann.

ne-na.de

MEDIATION

EU-Richtlinie soll Streitverfahren vorwärts bringen

Der Europäische Rat hat eine „Richtlinie über bestimmte Aspekte der Mediation in Zivil- und Handelssachen“ beschlossen. Die Zustimmung des Europäischen Parlaments gilt als sicher. Die Regelung wird damit voraussichtlich ab Mitte 2008 in allen Mitgliedstaaten mit Ausnahme Dänemarks gelten. Die nationalen Gesetzgeber haben dann drei Jahre Zeit, sie in innerstaatliches Recht umzusetzen.

In den Anwendungsbereich der neuen EU-Richtlinie fallen nicht nur zivil- und handelsrechtliche Streitigkeiten im engeren Sinne, sondern auch innerbetriebliche Konfliktregelungen im Arbeitsrecht, nicht dagegen verwaltungsrechtliche Streitigkeiten. Sie regelt zudem nur grenzüberschreitende Konfliktfälle, d.h. solche, in denen die Streitparteien ihren Wohnsitz in verschiedenen Mitgliedstaaten haben. Das Regelwerk legt den EU-Staaten aber nahe, das nationale Umsetzungsrecht auch auf innerstaatliche Mediationsverfahren zu erstrecken.

Inhaltlich verlangt die Richtlinie von den Mitgliedstaaten vor allem, die Vertraulichkeit der Mediation sowie die Vollstreckbarkeit von Mediationsvergleichen zu gewährleis-

ten. Darüber hinaus sind die Mitgliedstaaten dazu aufgerufen, die Mediation durch Qualitätssicherungsmaßnahmen zu fördern. Sie sollen die Entwicklung und Einhaltung von freiwilligen Verhaltenskodizes vorantreiben, sonstige Maßnahmen der Qualitätskontrolle unterstützen sowie die Aus- und Fortbildung von Mediatoren fördern. Insgesamt setzt das Regelwerk wichtige Impulse, indem es an relevanten Schnittstellen zwischen Gerichts- und Mediationsverfahren für einheitliche Maßstäbe sorgt. Der deutsche Gesetzgeber ist nun gefordert, das nationale Recht an die Vorgabe der EU-Richtlinie anzupassen.

Wer einmal mit Mediation erfolgreich einen Streit beilegen konnte, und mit seinen Geschäftspartnern weiterhin Geschäfte machen konnte, wird diese Methode nicht mehr missen wollen.

Informationen:

Rechtsanwälte: Dr. Karen Engler,
Annette Stich, Centrale für Mediation
Gustav-Heinemann-Ufer 58, 50968 Köln
www.centrale-fuer-mediation.de
