

## **Trend zum Multi-Channel**

Laut einer aktuellen [\[1\] IDC](#)-Studie geben Personen, die über [\[2\] verschiedene Kanäle](#) einkaufen, im Durchschnitt 15 bis 30 Prozent mehr aus als Kunden, die nur einen [\[3\] einzigen Kanal](#) nutzen. Dass an Multi-Channel kein Weg mehr vorbei führt, davon waren auch die fast 300 Besucher des hybrist-Partnertages in München überzeugt: Wer heute nicht in eine konsistente Mehrkanalstrategie investiert, lässt sich wertvolles Kapital durch die Lappen gehen - so lautete die einhellige Meinung. Stellvertretend für alle [\[4\] hybrist](#)-Partner gaben Olaf Kleidon, Geschäftsführer der Arithnea GmbH, Dr. Frank Zimmermann, Managing Director bei arvato systems Nordamerika, Martin Ryan, Technology Consulting Director bei der Javelin Group, und Ariel Lüdi, CEO von hybrist, ihre Einschätzung der [\[5\] Marktsituation](#) ab.

## **B2C-Kanäle auch für Geschäftskunden relevant**

"An einer [\[6\] Multi-Channel-Strategie](#) führt für erfolgreiche Retailer heute kein Weg mehr vorbei", das sich Olaf Kleidon, Geschäftsführer der Arithnea GmbH, ganz sicher. "Hersteller, die bisher ausschließlich auf B2B gesetzt haben, sollten dringend umdenken und überlegen, wie sie ihre Kunden auch über B2C-Kanäle ansprechen können, ohne in einen klassischen Kanalkonflikt zu geraten. Die meisten großen Hersteller haben bereits einen Plan dafür in der Schublade. Allerdings stellt die Umsetzung der Multi-Channel-Strategie für viele eine große [\[7\] Herausforderung](#) dar. Anbieter wie hybrist können dabei helfen."

## **Globalisierung im Onlinehandel erfordert Flexibilität**

"Mit der Globalisierung im Onlinehandel steigt auch das Interesse nach Rundum-Service beim Einkaufen", weiß Dr. Frank Zimmermann, Managing Director bei arvato systems Nordamerika, zu berichten. "Um Kunden zu halten, müssen [\[8\] Retailer](#) eine große Flexibilität an den Tag legen und bereit sein, auf allen Kanälen präsent zu sein. Mit der Marktdurchdringung von Smartphones kommt ein weiterer Kanal dazu. Bis sich das Thema Mobile Commerce voll durchsetzt, müssen allerdings erstmal funktionierende Mobile Payment-Lösungen her."

## **Schneller auf den Markt mit Multi-Channel**

Martin Ryan, Technology Consulting Manager bei der Javelin Group, glaubt, dass den meisten Retailern gar nicht bewusst ist, dass sich durch eine stringente Multichannel-Strategie erheblich kürzere Produkteinführungszeiten erzielen lassen: "Im [\[9\] Umkehrschluss](#) sparen sie sich damit auch hohe Kosten bei der Bespeisung ihrer verschiedenen Kanäle und stellen sicher, dass überall die gleichen Informationen bereit stehen."

## **Dem Omni-Channel-Käufer gehört die Zukunft**

"Multichannel-Käufer werden schon bald von [\[10\] Omnichannel](#)-Käufern abgelöst", ist sich Ariel Lüdi, CEO von hybrist sicher. "Diese wollen alle [\[11\] Kanäle](#) wie Ladengeschäft, Katalog, Callcenter, Internet und Mobiltelefon zur gleichen Zeit nutzen. Bedenkt man, dass dieser neue Typus sogar über 20 Prozent mehr investiert als Multichannel-Käufer, ist es fahrlässig, die Augen vor diesem Trend zu verschließen." (rw)