

Aktuelle E-Commerce-Trends live erleben

### **„Online-Shopping ist keine Pflichterfüllung, sondern ein Erlebnis“**

**Bielefeld, 20. August 2019 – Die Welt des Onlinehandels verändert sich fortlaufend. Schließlich verändern sich auch die Anforderungen der Kunden an ihr Einkaufserlebnis. Die Customer Journey muss schon längst eine einheitliche und kanalübergreifende Erfahrung sein – alles für eine gute Beziehung zum potentiellen Kunden und ein unterhaltsames Shopping-Erlebnis. Omnichannel-Strategien sind dabei das Gebot der Stunde. Doch halten die Trends in diesem Bereich, was sie versprechen? Darüber berichtet Marc Freyberg, Geschäftsleiter Marketing und E-Commerce von der BRAX Leineweber GmbH & Co. KG beim diesjährigen E-Commerce BBQ am 6. September 2019 in Bielefeld.**

Omnichannel ist schon längst ein Trend. Die Verbindung von stationärem Handel und Online-Shopping quasi altbewährt. Aber reicht diese schlichte Zweierkombination eigentlich noch aus? Nein, wenn man Stefan Brinkmann und Manuel Unkel, Geschäftsführer der B+S GmbH Logistik und Dienstleistungen fragt. Der Logistikdienstleister aus Ostwestfalen verfügt über umfangreiche Kenntnisse in der E-Commerce-Branche und veranstaltet bereits zum dritten Mal den Branchentreff E-Commerce BBQ. „Der Online-Handel wandelt sich rasant. Digitale Innovationen sind gefragt. Die richtige Mischung verschiedener Vertriebskanäle wird zukünftig über Erfolg und Misserfolg entscheiden“, betonen die Logistik-Experten.

Die klassische Verbindung von stationärem und Online-Handel wird immer mehr ergänzt durch weitere Kanäle, die nahtlos in die restliche E-Commerce-Strategie eines Unternehmens eingebunden werden müssen. Dazu gehören nicht nur der eigene Online-Shop sowie weitere digitale Marktplätze. Auch soziale Medien tragen heute zum Verkaufserfolg bei. Produkte können bewertet und kommentiert, andere Nutzer um Rat gefragt werden. Die Plattformen bieten zunehmend unterstützende Shopping-Funktionen an, um das perfekte digitale Einkaufserlebnis zu gewährleisten. Die Rede ist hier vom sogenannten Social Shopping. „Einkaufen im Netz ist schon lange keine Pflichterfüllung mehr, sondern vor allem ein Erlebnis“, fasst Stefan Brinkmann diese Entwicklung zusammen. Dass es keiner überbordenden Effekte bedarf, um das Erlebnis für den Kunden zu perfektionieren, weiß Branchenkenner Marc Freyberg von BRAX: „Eine wesentliche

Triebfeder für erfolgreiche Online-Shops – und mag es noch so banal klingen – liegt neben der perfekten Warenverfügbarkeit in der intuitiven, einfachen Benutzerführung bis hin zum leicht verständlichen Checkout-Prozess.“

Mehr aus der Welt des Omnichannel-Trends berichtet Marc Freyberg in seinem Vortrag „Omnichannel-Services – digitale Spielwiese oder erfolgreicher Businesscase?“. Der Branchenexperte ist einer von über 20 Speakern, die beim diesjährigen E-Commerce BBQ, veranstaltet von B+S, Einblicke in ihre Arbeitswelt geben. Sie berichten von den Trends des Online-Handels und ihren Erfahrungen mit Themen wie die Auswahl richtiger Vertriebskanäle, kanalspezifisch optimiertem Content, Vermarktung und Social Media sowie über die Logistik dahinter.

Weitere Informationen unter: [www.e-commerce-bbq.de](http://www.e-commerce-bbq.de)

**Pressekontakt:**

Mainblick – Agentur für Strategie und Kommunikation GmbH

Anna Ewald

Roßdorfer Str. 19a

60385 Frankfurt

Tel.: +49 (0) 69 / 48 98 12 90

E-Mail: [anna.ewald@mainblick.com](mailto:anna.ewald@mainblick.com)

**Unternehmenskontakt:**

B+S GmbH Logistik und Dienstleistungen

David Helbig

Am Teuto 12

33829 Borgholzhausen

Tel.: +49 (0) 5425 / 2797 371

[helbig@b-slogistik.de](mailto:helbig@b-slogistik.de)

[www.b-slogistik.de](http://www.b-slogistik.de)

**Über die B+S GmbH Logistik und Dienstleistungen:**

Als Anbieter von logistischen Dienstleistungen steht die B+S GmbH Logistik und Dienstleistungen aus Borgholzhausen schon seit 2001 für individuelle und effiziente Logistik- und Dienstleistungskonzepte. An zwölf Standorten in Deutschland bietet eine rund 320.000 Quadratmeter große Logistikfläche Raum für optimale Lösungen und vielfältige Value Added Services, wie zum Beispiel Kommissionierung, Displaybau und Qualitätskontrollen. Dabei hat sich das Unternehmen aus dem Teutoburger Wald auf die schnelle und kundenspezifische Implementierung komplexer Logistikanwendungen spezialisiert. Das schließt die Entwicklung von Software und IT-Schnittstellenlösungen ein. Zu den Kernkompetenzen zählt zudem die

Erschließung neuer, maßgeschneiderter Logistikanlagen. Mehr als 650 Mitarbeiter und ein eigener, umweltfreundlicher Fuhrpark mit 80 Fahrzeugen garantieren zuverlässige und flexible Transport- und Logistikdienstleistungen. Alle B+S-Standorte sind IFS-zertifiziert. So kann das Unternehmen seinen Kunden eine dauerhaft hohe und gleichbleibende Qualität garantieren. Nationale und internationale Transporte führt der Logistikdienstleister mit eigenen Fahrzeugen sowie in einem europaweiten Partnernetzwerk durch. Der Fokus der Aktivitäten liegt auf der Kontraktlogistik und dem E-Commerce Fulfillment. B+S ist in den Branchen Food und Pharma deutschlandweit etabliert und agiert darüber hinaus branchenübergreifend.