



Die zweite Corona Welle geht los, jetzt macht es Sinn, sich über das Thema Onlineverkauf Gedanken zu machen. Zum Einstieg bieten sich Plattformen (oder besser Marktplätze) an, die einen schnellen Erfolg garantieren - wenn man es richtig macht. Das hat das Kompetenzzentrum Handel in einer Broschüre zusammengefasst.

Warum Marktplätze?

Digitale Plattformen verändern bestehende Märkte und breiten sich immer weiter aus. Mittlerweile zählen Plattformen zu den wertvollsten Unternehmen der Welt. Vor dem Kauf eines Produkts - egal ob stationär oder online - lassen sich Konsumenten dort inspirieren und informieren sich über Preise und Kundenbewertungen zum entsprechenden Produkt. Für Händler ist es daher unerlässlich, auf relevanten digitalen Plattformen aktiv und sichtbar zu sein, um von Kunden gefunden und wahrgenommen zu werden. Das Infoblatt des Kompetenzzentrums Handel zeigt auf, was eine Plattform ausmacht, welche Arten von digitalen Plattformen es gibt, welche Plattformen vor allem für kleine und mittelständische Händler geeignet sind und welche Fragen sich diese stellen sollten, wenn sie sich mit

Plattformen auseinandersetzen.

Marktplätze sind nichts neues

Plattformen sind nicht neu und waren bereits vor der Digitalisierung vor allem im Handel relevant. Wochenmärkte oder Einkaufszentren basieren größtenteils auf demselben Prinzip: Der Kern von Plattformen, egal ob analog oder digital, ist die Vermittlung zwischen Anbietern und Nachfragern, indem sie einen zentralen Austauschpunkt schaffen, an dem beide zusammenfinden. Das Angebot von und der Zugang zu Informationen, Produkten und Leistungen wird über digitale Technologien vereinfacht, wodurch eine Vielzahl an Akteuren auf beiden Seiten zusammengebracht werden kann. Das Ziel dabei ist es, die beste Übereinstimmung zwischen den beiden Marktseiten zu schaffen.

Das können heute viele Händler nutzen und sich damit zukunftsfähig aufstellen - heute wichtiger denn je!

Das Infoblatt kann [hier heruntergeladen werden](#)