

Pressemitteilung

Feiertagsgeschäft: Wie sich Onlinehändler auf Bestellpeaks vorbereiten können

Der Black Friday läutet das umsatzstarke Feiertagsgeschäft gegen Jahresende ein. Huboo erklärt, was Retailer bei der Planung berücksichtigen müssen.

Leipzig, 8. November 2022 – Es sind noch knapp zwei Wochen bis zum Black Friday, einem der größten Umsatztreiber für Händler in Europa und weltweit. Das Shopping-Event markiert gleichzeitig den Start des mehrmonatigen Feiertagsgeschäfts mit Nikolaus, Weihnachten, dem Chinese New Year und Ostern. Steigende Betriebskosten auf Seiten der Händler und Kaufzurückhaltung bei den Verbrauchern setzen Retailer jedoch unter Druck. „Das Jahresendquartal macht bei vielen 30 Prozent und damit fast ein Drittel des Jahresgeschäfts aus. Verkaufsstrategien sowie Versand- und Logistikprozesse zu überprüfen, lohnt sich, um in einem herausfordernden Kostenumfeld Absatzchancen zu erzielen“, sagt Andrej Kotliar, Sales Manager DACH der Huboo E-Commerce Technologies GmbH.

3 Tipps, um das Feiertagsgeschäft erfolgreich zu managen

1. Vertriebskanäle priorisieren

Viele Onlinehändler setzen bereits auf einen Multichannel-Ansatz und bieten ihre Produkte über verschiedene Verkaufskanäle an. Doch nicht jedes Produkt schneidet auf allen Kanälen gleich gut ab. Datenanalysen vergangener Absatztätigkeiten geben hilfreiche Rückschlüsse, und Verkaufsstrategien lassen sich optimieren. Auch ein Blick auf das Angebot der Wettbewerber lohnt sich: Hebt sich mein Produkt von der Masse ab, oder geht es unter vielen ähnlichen Varianten unter? Produktlücken auf Marktplätzen zu besetzen, kann sich lohnen.

2. Lagerbestand prüfen: Lässt sich die Nachfrage befriedigen?

Laut einer von Huboo im Juni 2022 durchgeführten Umfrage ist eine pünktliche Wareneinstellung für viele Konsumenten entscheidend: Fast die Hälfte der Teilnehmer (47 Prozent) gab an, dass sie bei internationalen Online-Bestellungen die Lieferzeit berücksichtigen. Besonders im Weihnachtsgeschäft verlassen sich Kunden auf einen pünktlichen Versand. Ein exakter Überblick über Bestellmengen und Logistikprozesse ist erfolgsentscheidend: Wie hoch sind die Lagerbestände in den jeweiligen Zielmärkten? Welche Bestellmengen sind zu erwarten? Sind meine Logistikprozesse resilient genug, um möglichen Nachfrage-Peaks standzuhalten? Durch eine E-Commerce Management Software, die alle Daten zur Shop-

Performance enthält, lassen sich Vorhersagen zum Bestellaufkommen treffen und mit dem verfügbaren Warenbestand abgleichen.

3. Logistik auslagern und Kosten senken

Unerwartete Bestellpeaks abzufedern, ist gerade für kleine und mittlere Onlinehändler herausfordernd. Lager- und Logistikprozesse auszulagern, kann deutliche Entlastung bringen. „Retailer können sich auf den Verkauf ihrer Produkte konzentrieren, ohne ihr Arbeitspensum noch mit dem Versand zu belasten“, so Kotliar. Und weiter: „Gleichzeitig müssen Händler keinen eigenen Lagerraum beschaffen, sondern können flexibel und nachfrageorientiert über einen Fulfillment-Dienstleister anmieten. Das spart Fixkosten.“

Deutschland befindet sich laut verschiedener Umfragen [unter den Top Five der shoppingstärksten Länder in Europa](#). Im europäischen Vergleich shoppen die Niederländer am meisten, mit einem 94-prozentigen Anteil an Online-Shoppern unter den Internet-Usern. Laut [Statista](#) wird sich der Online-Anteil am Einzelhandelsumsatz in Deutschland 2022 und 2023 weiter leicht steigern. Lag er 2021 bei 10,9 Prozent, soll er 2022 bei 11,2 und im nächsten Jahr bei 11,5 Prozent liegen.

Pressekontakt

Andrej Kotliar: press-media@huboo.com

VOCATO public relations GmbH

Sabrina Stünkel: +49 2234 60198-21, sstuenkel@vocato.com

Romy Schächtel: +49 2234 60 198-23, rschaechtel@vocato.com

Über Huboo:

Huboo ist ein Fulfillment-Dienstleister für Online-Shops – von Start-ups über etablierte Unternehmen bis hin zu Großunternehmen. Das 2017 von Martin Bysh und Paul Dodd gegründete Unternehmen mit Hauptsitz in Großbritannien (Bristol) bietet einen umfassenden, softwaregesteuerten Fulfillment-Service für alle Unternehmensgrößen an – von der Bestandsverwaltung, Lagerung, Kommissionierung, Verpackung bis hin zum Versand der verkauften Artikel. Die operative Kerntechnologie von Huboo lässt sich in beliebte Verkaufskanäle und Marktplätze integrieren, um Bestellungen direkt und in Echtzeit zu empfangen und zu verarbeiten. Neben Deutschland (Leipzig) hat Huboo Standorte in den Niederlanden (Eindhoven) und Spanien (Madrid). Seit Gründung vor fünf Jahren ist Huboo von zwei auf über 800 Mitarbeiter und von 60 Kunden auf über 1000 Kunden angewachsen. <https://www.huboo.com/de/>

Bildmaterial



Bild: Andrej Kotliar, Sales Manager DACH,
Huboo E-Commerce Technologies GmbH