

---

# Trends, Herausforderungen und Chancen im E-Commerce 2021

Veröffentlicht am: 29.01.2021, 10:54

Pressemitteilung von: **LEWIS Communications GmbH // Ingo Geisler**

Der Full-Stack Fulfillment Experte Omnipack gibt einen ersten Ausblick

Wie sieht der E-Commerce in 2021 aus und welchen Herausforderungen wird sich dieser stellen müssen? Mit diesen und anderen Fragen hat sich Full-Stack Fulfillment Experte Omnipack zum Jahresbeginn ausgiebig beschäftigt und fasst die Erkenntnisse nun detailliert zusammen. Ziel ist es, Unternehmen der Branche einen genauen Überblick über Trends, Herausforderungen und Chancen sowie die eigenen Ziele zu bieten.

Ein kurzer Rückblick auf das Jahr 2020 zeigt zwei extreme Ausprägungen: Zum einen wurden viele Branchen weltweit negativ von der COVID-19-Pandemie getroffen. Zum anderen konnte jedoch beispielsweise der E-Commerce ein starkes Wachstum verzeichnen. Laut Angaben des Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh) stiegen allein in Deutschland die Online-Ausgaben im zweiten Quartal 2020 um 16,47 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Insgesamt reagierte die E-Commerce-Branche schnell auf die Marktveränderungen - viele Unternehmen digitalisierten den Großteil ihrer Aktivitäten und verlegten diese ins Internet. Zudem wählten Kunden im Hinblick auf den Versand zunehmend andere Optionen: Methoden wie Click and Collect sowie die Abholung von Paketen an Pick-up- und Drop-off-Punkten wurden immer populärer.

## Trends im E-Commerce

Für das Jahr 2021 sieht Omnipack neue Tendenzen sowie bereits bestehende Entwicklungen, die sich fortführen werden. So zum Beispiel das wachsende Bewusstsein aufseiten der Unternehmen und Kunden für das Thema Nachhaltigkeit, mit besonderem Fokus auf die ökologische Komponente. Darüber hinaus prognostiziert der Full-Stack Fulfillment Experte, dass sich durch die Pandemie das Verbraucherverhalten weiter nachhaltig verändern wird. So werden Kunden weiterhin vermehrt die Option wahrnehmen online Waren zu erwerben. Als Konsequenz ergibt sich daraus ein noch dynamischerer E-Commerce und die Eröffnung neuer Online-Shops. Neu hingegen ist das große Potenzial für Social Commerce - also der Handel über soziale Medien. Dort ist es für Unternehmen möglich, potenzielle Kunden noch direkter und gezielter anzusprechen. Um den Kaufprozess auf ihren Plattformen zu erleichtern, führen die Anbieter der sozialen Medien immer mehr Funktionen ein, die von Händlern entsprechend adaptiert werden.

Generell wird im E-Commerce zudem durch den Einsatz künstlicher Intelligenz die Personalisierung des Kaufprozesses weiter vorangetrieben. Vorstellbar ist auch ein zunehmendes Angebot an Technologien und die Nutzung von Augmented Reality, die es zum Beispiel ermöglicht, zu Hause Kleidung und Schuhe anzuprobieren oder zur besseren Planung der Einrichtung vorab Möbel zu platzieren. Kunden werden sich außerdem für ein noch besseres Versanderlebnis interessieren: Zu erwarten ist eine Weiterentwicklung von Lösungen für den Express-Versand.

## Herausforderungen und Chancen für den E-Commerce

Kombiniert mit den weiterhin bestehenden Verhältnissen ziehen die Entwicklungen mehrere Chancen, aber auch große Herausforderungen für Unternehmen im E-Commerce nach sich. Wichtig ist vor allem eine einwandfreie Auftragsabwicklung: Online-Shops und der sich anschließende Logistikprozess müssen einen sprunghaften Anstieg an Bestellungen verarbeiten. Ansonsten droht ein unwiederbringlicher Verlust von Kunden. Darüber hinaus kommt es für Händler vermehrt auf die

effektive Datennutzung an: Vollständige Analysen vorhandener Daten bieten dabei vielfältige Möglichkeiten. Neben der Verbesserung der Customer Experience werden Unternehmen im E-Commerce in der Lage sein, sowohl das Einkaufsverhalten als auch Vorlieben und Wünsche genauer vorherzusagen. Gleichzeitig stehen Unternehmen mehr denn je in der Verantwortung, sich und ihre Kunden vor Cyber-Angriffen zu schützen und in neue Sicherheitstechnologien zu investieren, um den Geschäftsbetrieb aufrecht zu erhalten.

Eine weitere Chance zieht der bevorstehende Einsatz von 5G in der Logistik nach sich, der sogenannte schwarze Löcher in der Lieferkette verringern wird. Der neue Mobilfunkstandard hilft nicht nur dabei Lieferungen in Echtzeit zu verfolgen, sondern ist auch essenziell für die autonome Steuerung von Fahrzeugen und Drohnen in Lagern. Durch die minimierte Verzögerung bei der Datenübertragung erhöht sich die Sicherheit von autonomen Operationen deutlich.

Neben technologischen Entwicklungen spielt auch der Brexit eine bedeutende Rolle für den Handel mit Großbritannien. Trotz des Handelsvertrags mit der EU und damit dem Wegfall der möglichen Zölle, werden Unternehmen vor bürokratischen Hürden stehen. Gleichzeitig ist der Brexit aber auch eine große Chance, neue Kunden zu gewinnen. Der Grund: Wenn britische Unternehmen weiterhin ihre Produkte in der Europäischen Union verkaufen wollen, ist es für sie bald weitaus vorteilhafter, diese von Lagern auf ihrem Gebiet zu versenden. Das erlaubt es ihnen, die Versandkosten zu senken, die Lieferzeit zu verkürzen und viele Formalitäten zu vermeiden.

#### Ziele von Omnipack für 2021

Entsprechend der voraussichtlichen Entwicklungen im E-Commerce setzt sich der Full-Stack Fulfillment Experte Omnipack für 2021 mehrere Ziele. Neben der weiterführenden Expansion ins Ausland will das Unternehmen weitere Kunden in Deutschland, Österreich, der Schweiz, Großbritannien, Schweden und anderen europäischen Regionen gewinnen. Hinzu kommen zusätzliche Komfort-Funktionen durch die Optimierung der hauseigenen Technologie, wie beispielsweise bei dem Order-Management-System. Durch diese Erweiterung haben Kunden Zugang zu einem Merchant Portal, in dem sie ihre Vorgänge verwalten können und einen Überblick über die aktuellen Lagerbestände erhalten. Außerdem erstellt das Unternehmen zurzeit Data-Science-Tools für den Kundenservice, die dank ihrer künstlichen Intelligenz für mehr Effizienz und demzufolge auch für höhere Qualität sorgen werden.

"Das Jahr 2021 verspricht für den E-Commerce spannend zu werden. Es zeichnet sich bereits deutlich ein Umbruch ab, der durch die COVID-19-Pandemie eine neue Dynamik erhält. Online-Verkäufe werden noch weiter zunehmen, wodurch auch die Logistik mehr leisten muss. Wir stehen für alle Unternehmen aus der Branche bereit, um für jede Aufgabe gemeinsam eine passende Lösung zu finden", sagt Marek Włodarczyk, Head of Sales DACH bei Omnipack.

###

#### Über Omnipack

Omnipack ist eine Fulfillment-Plattform, die sich gezielt an europäische mittelständische Unternehmen wendet, die im E-Commerce tätig sind. Das Technologieunternehmen ist ein Experte für das Full-Stack Fulfillment: von der Warenannahme und Lagerhaltung über Kommissionierung und Verpackung sowie Versand bis hin zum Retouren- und Reklamationsmanagement. Für die Cross-Border-Delivery greift Omnipack auf ein umfangreiches Netzwerk von internationalen Logistikpartnern zurück, welche die Warensendung dem Kunden via Next-Day-Delivery überbringen. Jährlich versendet das Unternehmen mit Firmensitz im polnischen Warschau rund 1,2 Millionen Pakete europaweit und greift dazu auf über 5.000 Quadratmeter Lagerfläche für seine Kunden zurück. Im November 2020 hat Omnipack eine

Finanzierungsrunde mit rund 2,5 Millionen Euro abgeschlossen, die unter anderem in das weitere Wachstum und die internationale Expansion des Unternehmens investiert werden. Weitere Informationen unter [www.omnipack.io/de](http://www.omnipack.io/de).

**Kontakt**

Pressekontakt

LEWIS Communications GmbH

Charlotte Müller

Johannstr. 1

40476 Düsseldorf

+49 (0) 211 882 476 02

[omnipack@teamlewis.com](mailto:omnipack@teamlewis.com)

**Unternehmenskontakt**

Omnipack Sp. z o. o.

Piotr Suchodolski

Marketing Director

ul. O?arowska 40/42, 05-850 Duchnice

Biuro: ul. ?elazna 59

00-848 Warschau

+48 737 800 800

[piotr.suchodolski@omnipack.pl](mailto:piotr.suchodolski@omnipack.pl)

---

## Pressekontakt

Herr Ingo Geisler  
PR-Beauftragter

### **LEWIS Communications GmbH**

Johannstraße 1  
40476 Düsseldorf, Deutschland

Telefon: +49 211 8824 7628  
E-Mail: [industrial\\_DE@teamlewis.com](mailto:industrial_DE@teamlewis.com)  
Website: <https://www.teamlewis.com/de/>

### **Firmenportrait**

Was ist unser Erfolgsgeheimnis? Unser Team. Wir sind eine voll integrierte Agentur, und das lohnt sich. Wir bieten detaillierte Erhebungen und Einblicke, smarte Analysen und SEO. Wir bieten Kreativität und Design vom Feinsten und bauen starke Beziehungen auf.

Wir lieben, was wir tun.

#### **Wichtiger Hinweis:**

Für diese Pressemitteilung sowie das Bild- und Tonmaterial ist allein der jeweils angegebene Herausgeber verantwortlich. In der Regel ist dieser der Urheber der Presstexte sowie der angehängten Bild und Informationsmaterialien. Das TRENDKRAFT-Pressportal ist für den Inhalt dieser Pressemitteilung nicht verantwortlich und übernimmt keine Haftung für die Korrektheit oder Vollständigkeit der dargestellten Meldung. Die Nutzung von hier archivierten Informationen zur Eigeninformation und redaktionellen Weiterverarbeitung ist in der Regel kostenfrei. Vor der Weiterverwendung sollten Sie allerdings urheberrechtliche Fragen mit dem angegebenen Herausgeber klären. Eine systematische Speicherung dieser Daten sowie die Verwendung auch von Teilen dieses Datenbankwerks sind nur mit schriftlicher Einwilligung durch das TRENDKRAFT-Pressportal gestattet.

Des Weiteren beachten Sie bitte unseren Haftungsausschluss unter: <https://trendkraft.io/haftungsausschluss>