

/ Multi-/Omnichannel-Handel weiter auf dem Vormarsch

Noerr

28.07.2015

Einkauf, Logistik & Vertrieb

Der Multi-/Omnichannel-Handel ist längst auf dem Vormarsch und gibt den Märkten ein neues Gesicht. Er bietet dem Kunden größtmöglichen Komfort, da er Bestellungen schnell und bequem absetzen kann, zu jeder Zeit, gleich ob im Shop, online über das Web oder mobil von unterwegs. Die Auswahl der Produkte ist nahezu unbegrenzt. Ebenso einfach gestaltet sich die Rückgabe der Ware, die der Multi-/Omnichannel praktisch über jeden Verkaufskanal abwickeln kann. Immer mehr Kunden nutzen daher diese Möglichkeiten und kaufen sowohl stationär im Shop als auch online.

Die Vorteile für den Handel sind beim Multi-/Omnichannel insbesondere:

- eine steigende Markenbekanntheit,
- eine klare Markenpositionierung auf allen Vertriebskanälen und
- eine zufriedenstellende Customer Experience, da der Kunde gefühlt aus einer Hand bedient wird.

Nach der jüngst veröffentlichten Studie „ **Future Fashion Retail** “ des GfK Vereins (GfK-Nürnberg, Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung e.V.) nutzte im Jahre 2008 nur jeder vierte Fashion-Kunde die Möglichkeit, Bekleidung online und im Shop zu kaufen, während es heute schon 46 Prozent der Befragten sind. Dieser Trend manifestiert sich aber nicht nur in der Fashion-Branche.

Aus rechtlicher Sicht betritt der Handel beim Multi-/Omnichannel, durch die steigende Präsenz in den verschiedenen Absatzkanälen und die Kombination dieser Kanäle, Neuland. Die rechtlichen Herausforderungen bestehen dabei in der Entwicklung von entsprechenden kreativen, passgenauen und praktikablen Konzepten. Zu beachten sind z.B. rechtliche Aspekte wie die Ausgestaltung von IT-rechtlichen Rahmenbedingungen, die Ausgestaltung des E-/M-Commerce oder die Umsetzung mit selbstständigen Vertriebspartnern in dualen Vertriebssystemen. Auch die logistischen Herausforderungen, insbesondere die „letzte Meile“, also die Lieferung an den Kunden, der nicht stationär im Shop kauft, spielen beim Multi-/Omnichannel eine bedeutende Rolle.

Haben Sie zum Thema Multi-/Omnichannel weitere Fragen oder wünschen Sie hierzu eine praxisingerechte und innovative Beratung? Dann sprechen Sie uns gerne direkt an oder schreiben uns eine E-Mail. Wir haben bereits Konzepte und Know-how für den Multi-/Omnichannel-Handel entwickelt, die den rechtlichen Weg ebnen und sich in der Praxis bewähren. Ebenso unterstützen wir Sie gerne bei der Gestaltung und Optimierung sämtlicher zugrunde liegender Prozesse im Multi-/Omnichannel-Handel.

- ▶ **Haben Sie Fragen?** Kontaktieren Sie gerne: Dr. Christiane Zedelius, **Dr. Christiane Berr** oder Tilmann Walz
- ▶ **Diese Artikel könnten Sie auch interessieren:** [Selektives Vertriebssystem – Beschränkung der Herstellergarantie.](#)
- ▶ **Practice Group:** [Vertriebs- & Franchisesysteme, E-Commerce](#)

Contact Person



Dr. Christiane Berr

Mitglied der Practice Group Digital Business

Mitglied der Practice Group Gesundheitswesen (Pharma, Medizintechnik)

Rechtsanwältin

T +49 89 28628174

www.noerr.com twitter.com/NoerrLLP [xing.com/companies/NoerrLLP](https://www.xing.com/companies/NoerrLLP)