

E-Mail von Altmann: Ende der Illusion - Eierlegende Wollmilchsau

✖ Liebe Shopbetreiber, die entspannte Unterhaltung mit einer ehemaligen Amazon-Mitarbeiterin hat bei mir mal wieder wertvollen Input zum Thema Backend-Prozesse und zwei Erkenntnisse geliefert: Jede Medaille hat zwei Seiten und Zalando hat doch Recht.

Da legt die Sau das Ei.

In meinen vielen Workshops zur Konzeption von Online-Shops geht doch immer sehr viel Zeit für die Abstimmung von Backend-Anforderungen und Schnittstellenthemen drauf. Lieblingsdiskussionsthemen sind Sonderfälle und eher seltene Ausnahmefälle. Shopbetreiber berichten außerdem stolz von automatischen Tools zur Kalkulation von Preisen und dem Abgleich von verschiedenen Systemen.

Teilweise werden sehr starre und aufwändige Systeme und Schnittstellen programmiert, die den Alltag vermeidlich einfacher und effizienter machen sollen. Viel Zeit und Geld verschwinden so im Backend der Shops. Im Frontend ist die Ideenvielfalt dafür eher gering und das Budget hält sich in Grenzen. So ist es auch nicht verwunderlich, dass ein Großteil der Projektbudgets eher nach hinten verschwindet und für den User nicht sichtbar sind.

Anders wohl bei Amazon. Hier wird tatsächlich noch viel mit Excel-Tabellen und Access-Dateien rumgeschoben, kalkuliert und wieder hochgeladen. Flexibel will man sein, anpassungsfähig und reaktionsstark. Einleuchtend, wenn man den E-Commerce-Markt beobachtet. Wohl selten bewegen sich die Rahmenbedingungen so schnell wie in unserer Branche. So ist nun auch endlich klar, dass Zalando auf der richtigen Spur ist. Belächelt wurde das hemdsärmelige Arbeiten mit über 1.000 Mitarbeitern. Den gleichen E-Commerce Umsatz hat sogar die alte Quelle mit nur einem Zehntel der Mitarbeiter hinbekommen. Dabei hat sich Quelle allerdings auf extrem starre Systeme verlassen, die letztendlich aber auch zur Last wurden.

Natürlich muss das Backend mit allen Prozessen funktionieren und ein effizientes Arbeiten möglich sein. Nicht alles muss aber automatisiert werden. Nicht jeder Prozess muss in einer eierlegende Wollmilchsau eingebaut werden. Als Manager stehen uns weit mehr Tools zur Verfügung, die viele Funktionen bereits perfekt abbilden. Back to Excel.

Sehr wohl sollte überlegt werden in was investiert wird, ob sich die Investition lohnt und was der Kunde eigentlich davon hat. Effizienz und trotzdem Flexibilität ist gefragt und muss immer abgewogen werden. Wer hätte gedacht, dass hinter Amazon ganz viel manuell passiert.

Über den Autor

✖ Johannes Altmann ist Gründer und Geschäftsführer der Shoplupe GmbH. Er berät mit seinem Team Online-Shops wie Herrenausstatter.de, Dallmayr, Neckermann oder Strenesse. Johannes Altmann ist Dozent an der Akademie des Deutschen Buchhandels und Initiator der Branchenauszeichnung "Usability Award". Laut exciting commerce ist Johannes Altmann Deutschlands bester Shopberater.