## E-Commerce – Aktuelle Trends

## Hans-Peter Fröschle · Stefan Meinhardt

Eingegangen: 22. März 2015 / Angenommen: 24. März 2015

© Springer Fachmedien Wiesbaden 2015

Sicher ist, der Online-Handel hat den Einkauf in den letzten Jahren revolutioniert und dass man das Haus zum Einkaufen nicht mehr verlassen muss, vereinfacht in vielen Facetten den Einkaufsprozess, zieht aber auch neue Probleme nach sich, wie z. B. das verstärkte Rückgaberisiko.

Klassische Lösungen des Online-Handels befinden sich aktuell in einer dynamischen Entwicklung hin zu Lösungen, in denen die bestehenden Kanäle zur Kundenansprache massiven Veränderungen unterworfen werden. Das Dreigestirn "Social", "Location Based" und "Mobile" prägt diese Veränderungen.

Jedoch geht die Euphorie mit Social Commerce als Hersteller einen direkten Kanal zum Endkunden gefunden zu haben bereits wieder zurück, denn immer weniger Verbraucher legen einen gesteigerten Wert darauf auf Plattformen wie Facebook oder Twitter Unternehmen mit ihren Produkten zu folgen.

Vor diesem Hintergrund haben wir als Herausgeber des Schwerpunktheftes mit einer Vielzahl technologisch orientierter Beiträge gerechnet, waren dann von der Ausrichtung der eingereichten Beiträge aber nicht unangenehm überrascht. Viele der Beiträge, die wir Ihnen mit dem vorliegenden Heft präsentieren können, beziehen sich auf praktische Umsetzungsvorschläge und kommen dazu noch aus den Federn von Praktikern des E-Commerce. Für uns stellten sich damit mehrere Fragen: Sind die allerneusten Technologien in ihren Einsatzpotenzialen und Wirkungen für den E-Commerce noch nicht auf den Forschungsagenden oder bereits weitgehend

H.-P. Fröschle (△) i.t-consult GmbH, Stuttgart, Deutschland E-Mail: hpf@i-t-consult.de

S. Meinhardt SAP AG,

Walldorf, Deutschland

E-Mail: stefan.meinhardt@sap.com



erforscht? Wird dieses Themenfeld sowohl in der Forschung als auch in der Anwendung viel stärker von faktischen Marktentwicklungen getrieben und verlangt nach kurzfristigen Umsetzungsstrategien und Lösungsansätzen als wir in anderen Themenbereichen der Wirtschaftsinformatik gewohnt sind?

Wir wollen diese Fragen nicht aus unserer Perspektive beantworten, sondern Ihnen die Beiträge des Schwerpunktheftes in ihrer ganzen Vielfalt ans Herz legen, damit Sie sich eine eigene Meinung bilden können.

Hierzu wünschen wir Ihnen viel Spaß und interessante Anregungen.

## 1 HMD-Award 2014

Alljährlich werden mit dem "HMD Best Paper Award" die drei besten Beiträge eines Jahrgangs der "HMD – Praxis der Wirtschaftsinformatik" gewürdigt. Wir wollen unseren Lesern damit eine kleine Sammlung an Beiträgen an die Hand geben, die wir für besonders lesenswert halten. Den Autoren, denen wir diese Beiträge zu verdanken haben zeigen wir zugleich unsere Anerkennung und bedanken uns für die wertvollen Beiträge.

Die Auswahl der Beiträge erfolgt durch das Herausgebergremium und orientiert sich an folgenden Kriterien:

- Zielgruppenadressierung
- Handlungsorientierung und Nachhaltigkeit
- Originalität und Neuigkeitsgehalt
- Erkennbarer Beitrag zum Erkenntnisfortschritt
- Nachvollziehbarkeit und Überzeugungskraft
- Sprachliche Lesbarkeit und Lebendigkeit

Den HMD Best Paper Award 2014 erhalten:

- Walter: Bring your own device Ein Praxisratgeber (HMD 295, 51/1)
- Wachter/Zaelke: Systemkonsolidierung und Datenmigration als geschäftskritische Erfolgsfaktoren (HMD 296, 51/2)
- Györy/Seeser/Cleven/Uebernickel/Brenner: Projektübergreifendes Management
  Der strategische Applikationslebenszyklus am Beispiel des BMW Q-Cockpit (HMD 299, 51/5)

Herzlichen Glückwunsch!

Ihre Herausgeber

Hans-Peter Fröschle und Stefan Meinhardt

