

## **E-Commerce? Die Zukunft heißt D-Commerce!**

**Author :** Lubek

In Deutschland ist der Internethandel längst ein Milliardengeschäft. 2010 wurden online bereits über 20 Mrd. EUR umgesetzt – für 2012 wurde ein Umsatz von 29 Mrd. EUR prognostiziert. Doch der klassische E-Commerce, also der Verkauf physischer Produkte, die gelagert, verpackt und versendet werden müssen, verursacht immer wieder auch unliebsame Probleme wie Retouren und Wartezeiten. Im Gegensatz dazu eilt der sogenannte D-Commerce, also der Vertrieb von digitalen Gütern wie Software, Musik und E-Books, von Erfolg zu Erfolg.

Bei Covus haben wir uns bewusst auf den Handel mit digitalen Produkten spezialisiert. Wir glauben, dass diesem Markt fast keine Grenzen gesetzt sind: Während es nämlich durchaus von Vorteil sein kann, die neue Hose im Laden anzuprobieren oder eine Banane vor dem Kauf in Augenschein zu nehmen, können optische und haptische Aspekte bei digitalen Produkten komplett ignoriert werden. Dank schneller Internetverbindungen sind auch große Dateien schnell auf dem Rechner, dem Tablet oder dem Smartphone verfügbar. Die Anfahrt zum Fachgeschäft, die Installation via CD/DVD und die Entsorgung des Verpackungsmülls mutet da fast schon mittelalterlich an. Außerdem: Kein Smartphone hat ein DVD-Laufwerk.

Hat Apple mit dem App-Store diesen Trend bereits sehr früh erkannt, sind mit Google, Windows und Amazon längst die nächsten Schwergewichte nachgezogen. Gerade aufgrund dieser blendenden Aussichten und der anhaltenden Goldgräberstimmung ist aber auch die D-Commerce-Branche von einem starken Verdrängungswettbewerb gekennzeichnet. Für die Marktteilnehmer wird es deshalb nicht nur darauf ankommen, qualitativ hochwertige Produkte zu bauen und anzubieten, sondern deren Preisgestaltung auch so attraktiv zu gestalten, dass der Abverkauf per Klick in Mode bleibt.

Bei Covus haben wir diesbezüglich vor allem mit einem Modell sehr gute Erfahrungen gemacht: dem Freemium-Modell. Bei dem stark wachsenden Angebot von Software-Lösungen aller Art wird es für Entwickler zusehends schwerer, eigene Produkte prominent zu vertreiben. Mit einem Freemium-Modell bietet man ein Produkt in seiner Basisversion zunächst kostenlos an und kann allein dadurch dessen Reichweite dramatisch erhöhen. Gefällt dem Nutzer das Produkt, können weitere Features kostenpflichtig dazugebucht werden. Mit dem Portal Freemium.com, auf dem wir hochwertige Software-Lösungen zur Verfügung stellen, konnten wir auf diesem Weg bereits über zehn Millionen Downloads registrieren. Vor allem aber bemerken wir, dass die oft postulierte Kostenlos-Mentalität der Internetnutzer so nicht (mehr) stimmt: Von einer Vielzahl unserer Kunden wissen wir, dass sie für gute Lösungen und sinnvolle Produkterweiterungen auch den entsprechend angemessenen Preis zu zahlen bereit sind. Das Freemium-Modell entwickeln wir bei Covus deshalb ständig weiter und sind überzeugt, dass es sich immer mehr durchsetzen und Abomodelle und den Direktkauf von Vollversionen so größtenteils ersetzen wird.

Ist der D-Commerce also die Branche der Stunde und der Zukunft? Bange muss der Branche zumindest nicht sein: Der Markt hat sein riesiges Potenzial bei Weitem noch nicht ausgeschöpft.