

# Trends in E-Business-Systemen

Yelda Kurban

Prof. Dr. Harald Ritz

Prof. Dr. Peter  
Hohmann

Technische Hochschule  
Mittelhessen

Technische Hochschule  
Mittelhessen

Technische Hochschule  
Mittelhessen

Fachbereich MND  
Wilhelm-Leuschner-Str. 13  
61169 Friedberg  
E-Mail:  
[yelda.kurban@mnd.thm.de](mailto:yelda.kurban@mnd.thm.de)

Fachbereich MNI  
Wiesenstraße 14  
35390 Gießen  
E-Mail:  
[harald.ritz@mni.thm.de](mailto:harald.ritz@mni.thm.de)

Fachbereich MNI  
Wiesenstraße 14  
35390 Gießen  
E-Mail:  
[peter.hohmann@mni.thm.de](mailto:peter.hohmann@mni.thm.de)

## Kategorie

Masterarbeit

## Schlüsselwörter

E-Business, Headless Commerce, DXP, API, Cloud Computing, PWA, Omnichannel, Microservices, Augmented Reality, MACH

## Zusammenfassung

E-Business-Systeme werden durch neue Technologien und den sich ständig verändernden Ansprüchen der Konsumenten beeinflusst. Es gibt eine Vielzahl von E-Business-Systemen auf dem Markt, diese unterscheiden sich in ihren Funktionen und Eigenschaften. Trendentwicklungen sagen voraus, in welche Richtung sich E-Business-Systeme in Zukunft verändern und entwickeln werden.

Unter diesem Aspekt wurden Trendentwicklungen in Kategorien unterteilt und anhand von Kriterien bewertet. Die MACH-Architektur, welche die Technologien Headless Commerce, Application Programming Interfaces, Cloud-Computing und Microservices umfasst, zusammen mit Progressive Web Apps zu den identifizierten systembezogenen Trendentwicklungen. Diese haben die Eigenschaften modular, flexibel, skalierbar sowie unabhängig voneinander anpassbar und veränderbar zu sein. Die Heraus-

forderungen dieser Entwicklung sind die Anforderungen an die Infrastruktur und die zunehmende Komplexität.

Zu den identifizierten kundenbezogenen Trendentwicklungen gehören Digital Experience Plattformen, Omnichannel-Kanäle, Direct-to-Consumer Handel, Augmented und Virtual Reality, Conversational Commerce und Social Commerce. Künstliche Intelligenz, Big Data und maschinelles Lernen werden genutzt, um Daten zu sammeln und das Konsumentenverhalten zu analysieren. Diese Trends entwickeln sich in eine zunehmend personalisierbare und individualisierbare Richtung, wodurch dem Anwender ein einzigartiges Einkaufserlebnis geschaffen wird. Deshalb ist die nahtlose Integration zwischen den Systemen relevant. Außerdem müssen Datenschutz und Sicherheitsrisiken beachtet werden, da sensiblen Daten verwendet werden.

Die Auslagerung des Fullfilment in Form von Dropshipping, neuere Ansätze der Distribution wie Click & Collect oder Ship-from-Store stellen zusammen mit modernen Zahlungsmethoden wie Mobile Payment, Paypal oder Kryptowährungen die geschäftsprozessbezogenen

Trends dar. Diese verändern sich in eine automatisierte und zunehmend integrierte Systemlandschaft. Die Barrieren zwischen dem Onlinehandel und physischen Geschäften verschwindet. Die größte Herausforderung ist die Konnektivität der Systeme und Integrität der Logistiksysteme.

Im Hinblick auf die Zukunft werden voraussichtlich folgende Trends häufiger vorkommen: Social Shopping Aktivitäten, Kaufabwicklungen durch Smart Devices, Konsumententscheidungen mit Hilfe von Augmented Reality sowie die Zustellung per Drohne.

## **Literatur**

Deges, Frank (2020): Grundlagen des E-Commerce, Wiesbaden, 2020

Kollmann, Tobias (2019a): E-Business kompakt, Wiesbaden, 2019

Laudon, Kenneth C./Laudon, Jane Price/Schoder, Detlef (2012): Wirtschaftsinformatik: Eine Einführung, 2., aktual. Aufl., [Nachdr.], Wirtschaft, München, 2012

Meier, Andreas/Stormer, Henrik (2012): eBusiness & eCommerce, Berlin, Heidelberg, 2012

Wirtz, Bernd W. (2021): Digital business and electronic commerce: Strategy, business models and technology, Springer texts in business and economics, Cham, 2021