

Unternehmerporträt

Alexander Graf

Unternehmer, E-Commerce-Experte sowie Gründer und CEO von Spryker Systems

Amazon & Ziegen



Alexander Graf (*1980) ist einer der führenden deutschen Experten für Online-Handel und ein Unternehmer mit mehr als zehn Jahren Erfahrung im Digitalmarkt. Mit seinem renommierten Blog *Kassenzone* (www.kassenzone.de) inspiriert er Fachdiskussionen über Geschäftsmodelle im Amazon-Zeitalter – oft am Beispiel von Ziegen. Seit 2014 ist er CEO von Spryker Systems, einem Unternehmen für agile Shoptechnologie, das er gemeinsam mit dem Berliner Frühphasen-Investor Project A Ventures gegründet hat.

Er hat als Unternehmer mehr als ein Dutzend neuer Geschäftsmodelle im Online-Handel aufgebaut und begleitet. Als Gründer und Geschäftsführer hat er das Beratungsunternehmen eTribes zu einem erfolgreichen Netzwerk neuer Dienstleistungen und Experten für E-Commerce ausgebaut. Aus der Agenturgruppe rund um eTribes ging 2013 auch das Kernteam des Startups Collins (ABOUT YOU) der Otto Group hervor. Alexander Graf ist gefragter Speaker und Autor. 2015 erschien „Das E-Commerce Buch“, das zu den meistverkauften Publikationen in seinem Fachbereich zählt. Alexander Graf ist Betriebswirt und Informatiker.

Seinen Schwerpunkt Innovation und Marketing an der Universität Kiel sowie der Autónoma Madrid ausgebildet.

Was tun Menschen in Zukunft noch in der Stadt und was nicht?

Bisher waren Ladengeschäfte Gestalter des Angebots, der Inspiration und des Umsatzes. Alle diese Dinge bilden Player wie Amazon, aber auch Zalando oder Newcomer wie About You heute bereits besser ab. Ladengeschäfte müssen anders sein, um nicht zu Abholstationen zu verkommen. Online-Händler betrachten ihre Ladengeschäfte heute als bloße Marketingmaßnahme, nicht mehr als Baustein für mehr Umsatz. Menschen werden immer flanieren wollen. Die Frage ist, welche Rollen sich für Ladengeschäfte neben den großen Showrooms bieten.

Wie wird sich der Handel durch Amazon weiter verändern?

Amazon denkt holistisch. Einkaufende nutzen es jetzt schon als Produktsuchmaschine – und als Hauslieferant. Es ist es das Tor zum Einkauf wie Google unser Tor zum Internet ist und Amazon ist in der Lage die Standards im Online-Handel zu setzen, vom Preis bis zu den Services. Klassische Händler und Hersteller erleben die Wucht dieser Veränderung für ihre Geschäftsmodelle ungebremsst. Mit neuen Bindungsmaßnahmen wie Amazon Prime und dem Bestellbutton Dash wird klar, wie dicht das Netz um den Konsumenten gespannt wird und wie individuell vorteilhaft ein Angebot sein muss, das Konsumenten aus diesem Kokon herauslockt.

Welche Rolle spielen Daten dabei? Kann in puncto Daten überhaupt irgendein Unternehmen neben Amazon & Co bestehen?

Amazon verfügt zwar über riesige Datenmengen, deren Analyse und Übersetzung z.B. in neue Services oder das Marketing ist allerdings kein Hexenwerk. Das wird Standard werden. Nach einer ersten Software-Generation, die Daten verwaltet und effizienter gemacht hat, ist in technologie-geriebenen Unternehmen bereits eine neue Generation im Einsatz, die Daten zum IQ eines Unternehmen macht und die ständige Weiterentwicklung erlaubt.. Software wird zum Herz des Geschäftsmodells und genauso wichtig wie die Menschen, die sie bedienen und weiterentwickeln.

Wann werden die großen Player von den neuen „GAFAs“ abgelöst?

Wahrscheinlich schneller als wir uns das vorstellen können. Erst kürzlich hat sich das US-Telekomunternehmen Verizon den ehemaligen Giganten Yahoo in den Einkaufskorb gelegt, neben den ehemaligen Giganten AOL. Google hat Yahoo damals durch den konsequenteren Einsatz von Datenintelligenz nachhaltig abgehängt. Wir wissen heute noch nicht, was mit den GAFAs passiert, wir wissen nur, dass auch die Monopole heute nicht stabil bleiben.

Welche Entwicklung des Technologiemarkts findest Du aktuell interessant?

Im E-Commerce sind das für mich ganz klar Virtual Reality und Spracherkennung. Ich kann mir nicht vorstellen, dass wir für die Bestellung von Produkten in Zukunft noch ans Tablet müssen. Darüber hinaus lese ich derzeit einiges zum Thema Künstliche Intelligenz und bin zunehmend fasziniert davon.

Wo siehst Du in deutschen Handelskonzernen gute neue Strategien entstehen?

Immer dort wo die Strategie „Machen“ heißt, wo die Führung versteht, dass im Digitalgeschäft Strategien erst durch Tests entstehen. Betrachtet man den griechischen Ursprung „stratós“, bedeutet Strategie nicht mehr, das „Heer“ auf einen Gegner loszuschicken, sondern es mehrere Wege gehen zu lassen, um das Feld zu besetzen.

Alexander Graf auf

<https://www.linkedin.com/in/alexandergraf>

<https://twitter.com/supergraf>

https://www.xing.com/profile/Alexander_Graf8

Kontakt: alexander.graf@spryker.com Phone: +49 30 20 84 98 350

Pressekontakt: contact@melanieschehl.de Phone: +49 170 32 55 828