

Digital gut beraten? – Curated Shopping im Spannungsfeld von Entlastung der und Anforderungen an Kund:innen

Workshopreihe „Lust und Frust.
Psychologische und soziologische
Aspekte des Kaufens und
Konsumierens “

Dr. Paul Eisewicht & Nico Steinmann
(M.Ed.)

22.02.2021

Narrative des digitalen Wandels

Basisannahmen der
Digitalisierung:

- Räumliche Entgrenzung
- Zeitliche Entgrenzung
- Soziale Entgrenzung

Narrative des digitalen Wandels

Basisannahmen der Digitalisierung:

- Räumliche Entgrenzung
- Zeitliche Entgrenzung
- Soziale Entgrenzung

Transformationen im Wirtschafts- und Konsumhandeln

Narrative des digitalen Wandels

Basisannahmen der Digitalisierung:

- Räumliche Entgrenzung
- Zeitliche Entgrenzung
- Soziale Entgrenzung

Transformationen im Wirtschafts- und Konsumhandeln

- Herausbildung eines ‚klassischen‘ Modells digitaler Verkaufsplattformen

Narrative des digitalen Wandels

Basisannahmen der Digitalisierung:

- Räumliche Entgrenzung
- Zeitliche Entgrenzung
- Soziale Entgrenzung

Transformationen im Wirtschafts- und Konsumhandeln

- Herausbildung eines ‚klassischen‘ Modells digitaler Verkaufsplattformen
- Wandel von der Service-Triade zur Service-Dyade

Narrative des digitalen Wandels

Basisannahmen der Digitalisierung:

- Räumliche Entgrenzung
- Zeitliche Entgrenzung
- Soziale Entgrenzung

Transformationen im Wirtschafts- und Konsumhandeln

- Herausbildung eines ‚klassischen‘ Modells digitaler Verkaufsplattformen
- Wandel von der Service-Triade zur Service-Dyade
- Verlagerung von Verantwortlichkeiten zu Konsumenten

Narrative des digitalen Wandels

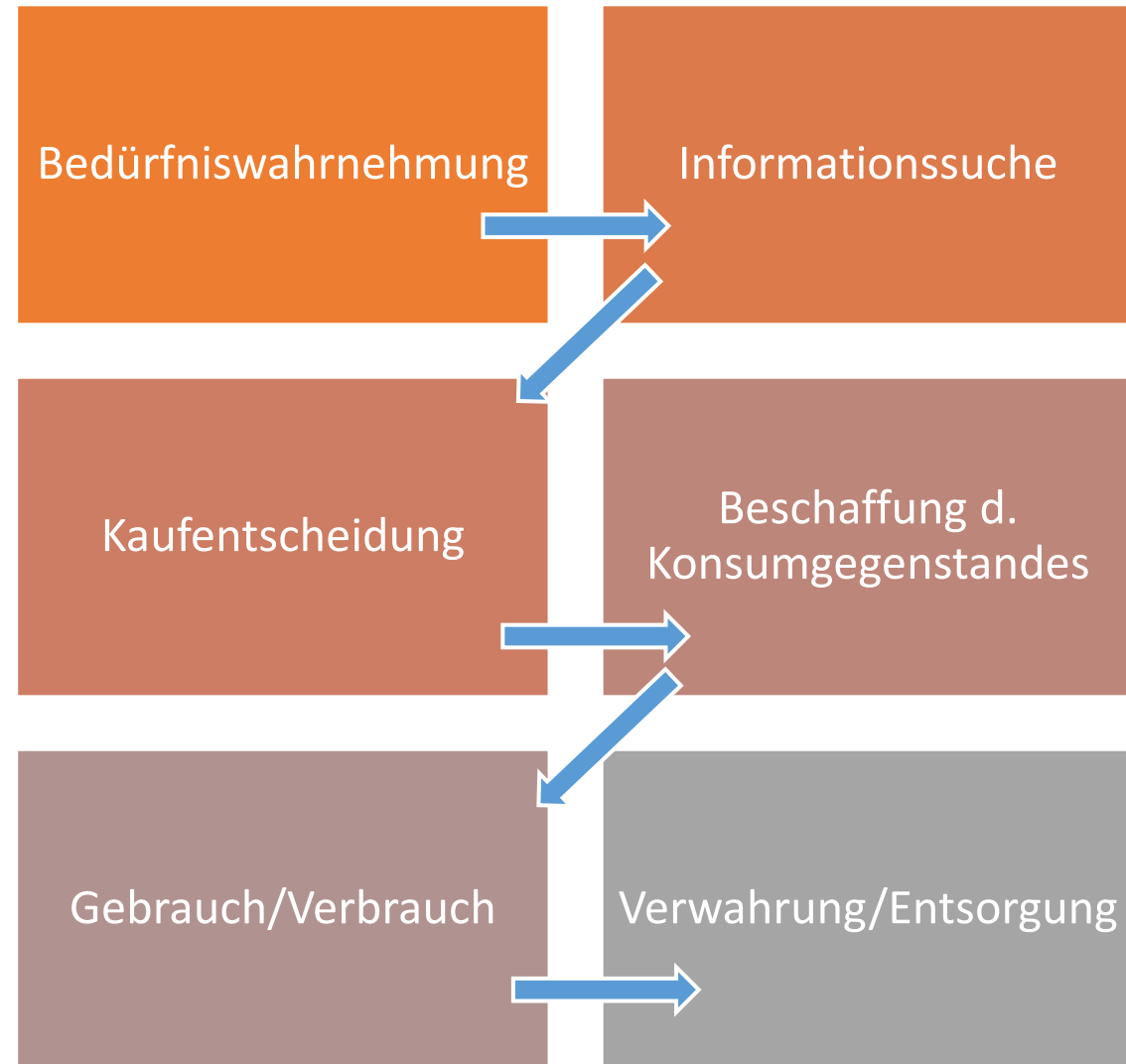
Basisannahmen der Digitalisierung:

- Räumliche Entgrenzung
- Zeitliche Entgrenzung
- Soziale Entgrenzung

Transformationen im Wirtschafts- und Konsumhandeln

- Herausbildung eines ‚klassischen‘ Modells digitaler Verkaufsplattformen
- Wandel von der Service-Triade zur Service-Dyade
- Verlagerung von Verantwortlichkeiten zu Konsumenten
- Verflechtung von Anbieter- und Kundenhandeln

Erlebnisse im Online-Shopping (-Konsumprozess)



evozierte
Handlungsprobleme
im Online-Shopping

Medientechnische und angebotstypische Handlungsprobleme auf
Konsumentenseite:

evozierte Handlungsprobleme im Online-Shopping

Medientechnische und angebotstypische Handlungsprobleme auf Konsumentenseite:

- Probleme bei der Produktauswahl
- Probleme bei der Einschätzung von Anbietern und Produkten
- Probleme bei Reklamationsanlässen

evozierte Handlungsprobleme im Online-Shopping

Medientechnische und angebotstypische Handlungsprobleme auf Konsumentenseite:

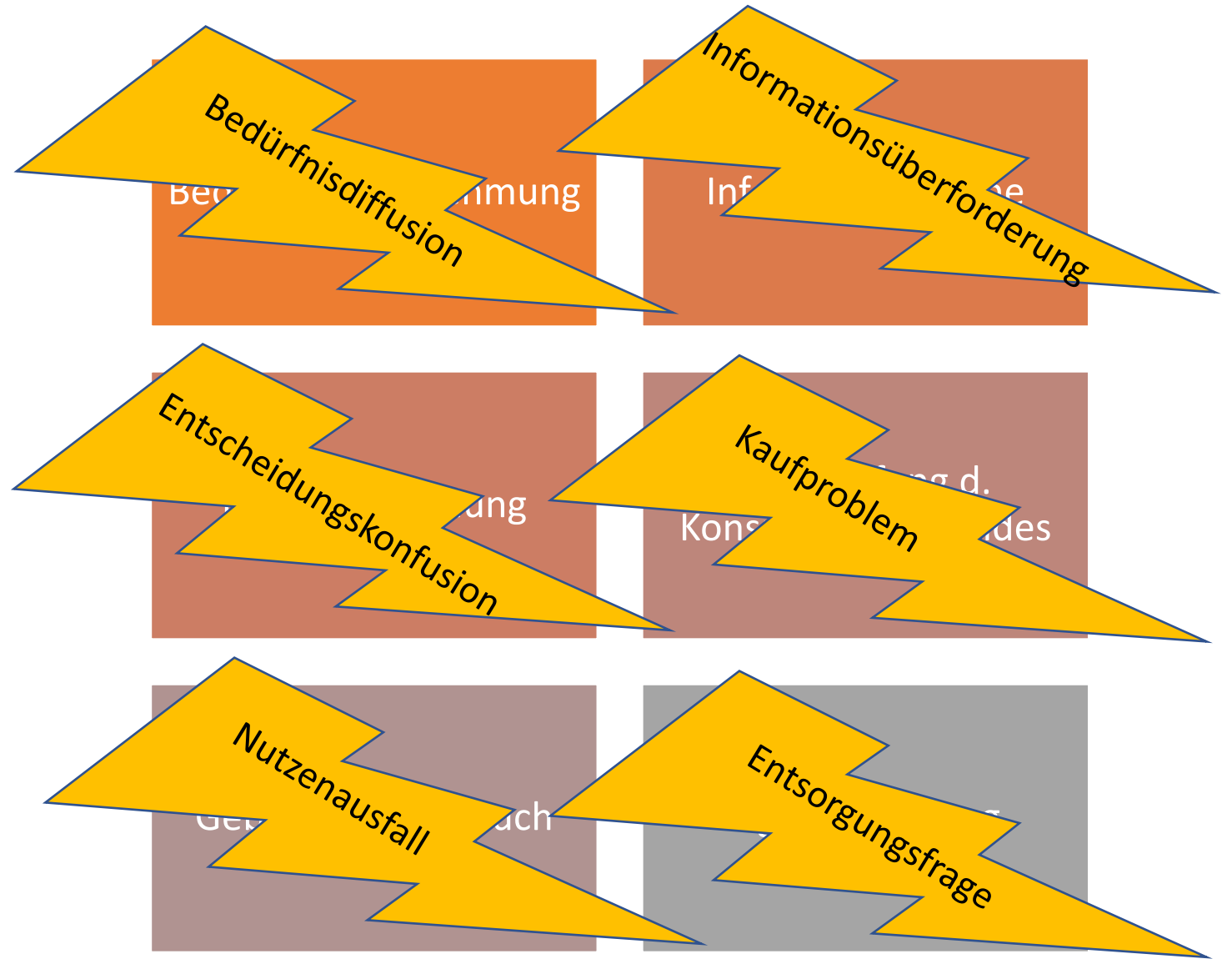
- Probleme bei der Produktauswahl
 - Probleme bei der Einschätzung von Anbietern und Produkten
 - Probleme bei Reklamationsanlässen
- „Consumer Confusion“ / „Choice Overload“ / „Information Overload“
- gebunden an Verbraucherkompetenz und Ressourcen
- Konsumentenunzufriedenheit und Konsumabbruch

evozierte Handlungsprobleme im Online-Shopping

Medientechnische und angebotstypische Handlungsprobleme auf Konsumentenseite:

- Probleme bei der Produktauswahl
 - Probleme bei der Einschätzung von Anbietern und Produkten
 - Probleme bei Reklamationsanlässen
- „Consumer Confusion“ / „Choice Overload“ / „Information Overload“
- gebunden an Verbraucherkompetenz und Ressourcen
- Konsumentenunzufriedenheit und Konsumabbruch
- Anpassung seitens Unternehmen durch veränderte Angebote
- neue Lösungen für alte Problemen erzeugen neue nicht-intendierte Folgeprobleme (Reflexivitätsproblematik)

Frustration im Online-Shopping (-Konsumprozess)



Curated
Shopping –
Die Rückkehr
des
Beraters?

Curated Shopping – Die Rückkehr des Beraters?

Curated Shopping ist ein
(a) digitales Beratungs- und Kaufangebot

Curated Shopping – Die Rückkehr des Beraters?

Curated Shopping ist ein

- (a) digitales Beratungs- und Kaufangebot
- (b) kompetenter (persönlich-
professioneller/technisch-algorithmischer)

Curated Shopping – Die Rückkehr des Beraters?

Curated Shopping ist ein

- (a) digitales Beratungs- und Kaufangebot
- (b) kompetenter (persönlich-
professioneller/technisch-algorithmischer)
- (c) individualisierter/-barer

Curated Shopping – Die Rückkehr des Beraters?

Curated Shopping ist ein

- (a) digitales Beratungs- und Kaufangebot
- (b) kompetenter (persönlich-
professioneller/technisch-algorithmischer)
- (c) individualisierter/-barer
- (d) Produktselektion und/oder –Komposition mit

Curated Shopping – Die Rückkehr des Beraters?

Curated Shopping ist ein

- (a) digitales Beratungs- und Kaufangebot
- (b) kompetenter (persönlich-professioneller/technisch-algorithmischer)
- (c) individualisierter/-barer
- (d) Produktselektion und/oder –Komposition mit
- (e) einem spezifischen Entlastungs- und Erlebnisversprechen.



Sag uns, welcher Stil Dir gefällt und was Du brauchst.

Deine Box wird genau anhand Deiner Vorlieben, Größe und Budget zusammengestellt.



Dein Stylist schickt Dir Deine persönliche Auswahl zu.

Damit Du Dich mit der Kleidung auch gut fühlst, wählt Dein Stylist die Artikel genau für Dich aus.



Bezahle nur das, was Du behältst.

Versand und Retoure sind kostenlos. Auf Wunsch holen wir Deine Box sogar kostenlos bei Dir zu Hause ab.

JETZT AUSPROBIEREN

Curated Shopping (Mode) – So funktioniert es

Quelle: Outfittery.de

A photograph of two women, one younger with red hair and one older with grey hair and glasses, both smiling and holding mugs. The image is used as a background for the top section of the slide.

DEIN MODEERLEBNIS

Die virtuelle Shoppingfreude- für Jung und Alt.

BOX BESTELLEN

Quelle: Kisura.de

Erlebnisversprechungen

Erlebnis- und Entlastungsver- sprechungen

**Wir begleiten Dich
auf Deiner ganz
persönlichen Stil-
Reise. (Outfittery)**

**„Alles in allem ein toller
Service!
Ich war sehr zufrieden und es ist
eine tolle Möglichkeit, ein
Überraschungs-Modepaket zu
bekommen, das trotzdem den
eigenen Geschmack trifft.“
(Testimonial, Kisura)**

**„Ich bin wirklich immer wieder erstaunt, wie gut
die Stylisten es schaffen, meinen persönlichen
Style zu bedienen. Außerdem ist es für mich
superbequem.“ (Testimonial, Zalon)**

**„Eine Box voller
Inspiration“ (Zalon)**

Einfach gut aussehen

Dein Stylist schickt Deine Auswahl bequem zu Dir
nach Hause. Probiere alles in Ruhe an und was Dir
nicht gefällt, schickst Du kostenlos zurück.



Quelle: Outfittery.de

Kontext:
Persönliche und
sorgfältige
Zusammenstellung



Quelle: Zalon.de

Wie können
diese
Versprechungen
eingelöst
werden?
Anforderungen
an Kund:innen

1 **STYLES**

6 Verrate uns, was du magst, damit dein Stylist deinen Geschmack trifft.

Welches Outfit gefällt dir am besten? (Wähle 1 bis 3 Optionen)

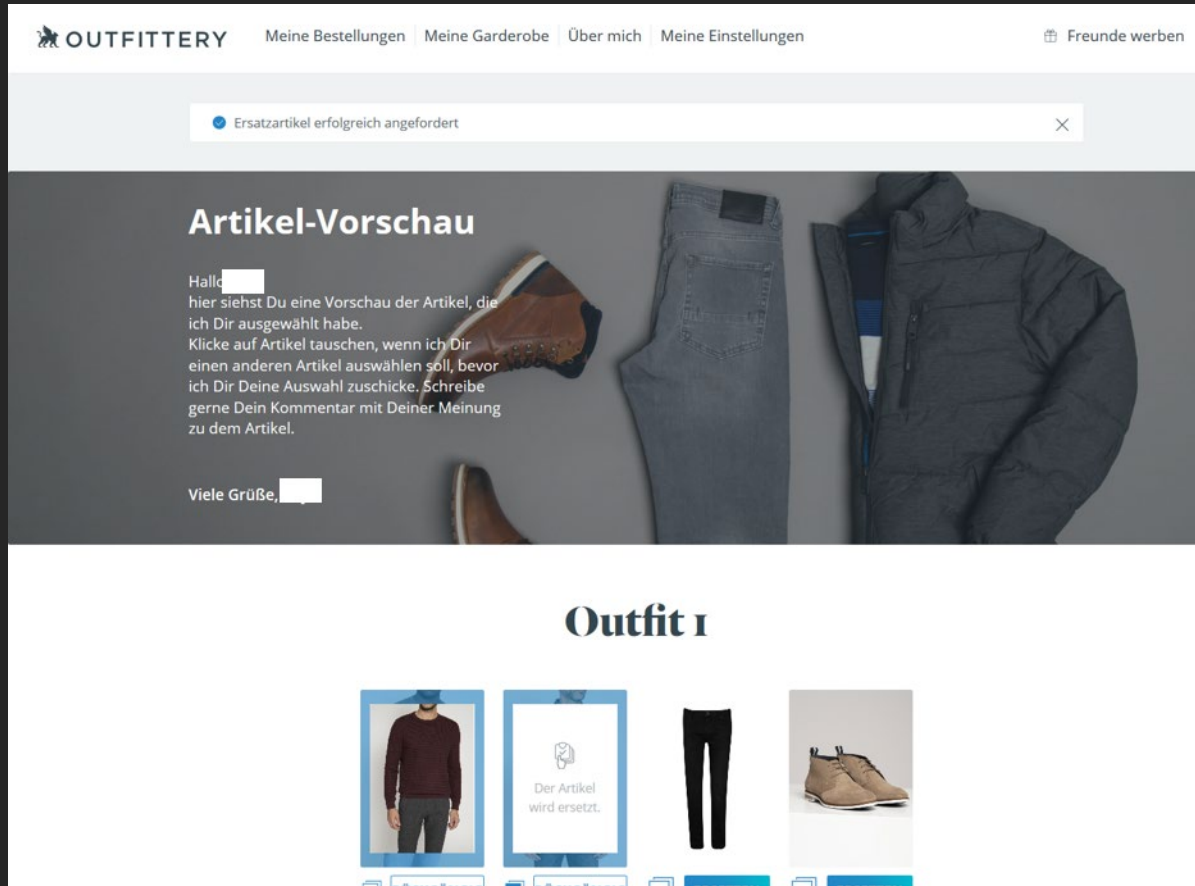


Sportlich Elegant Natürlich Urban

Quelle: Zalon.de (Ausschnitt Fragebogen)

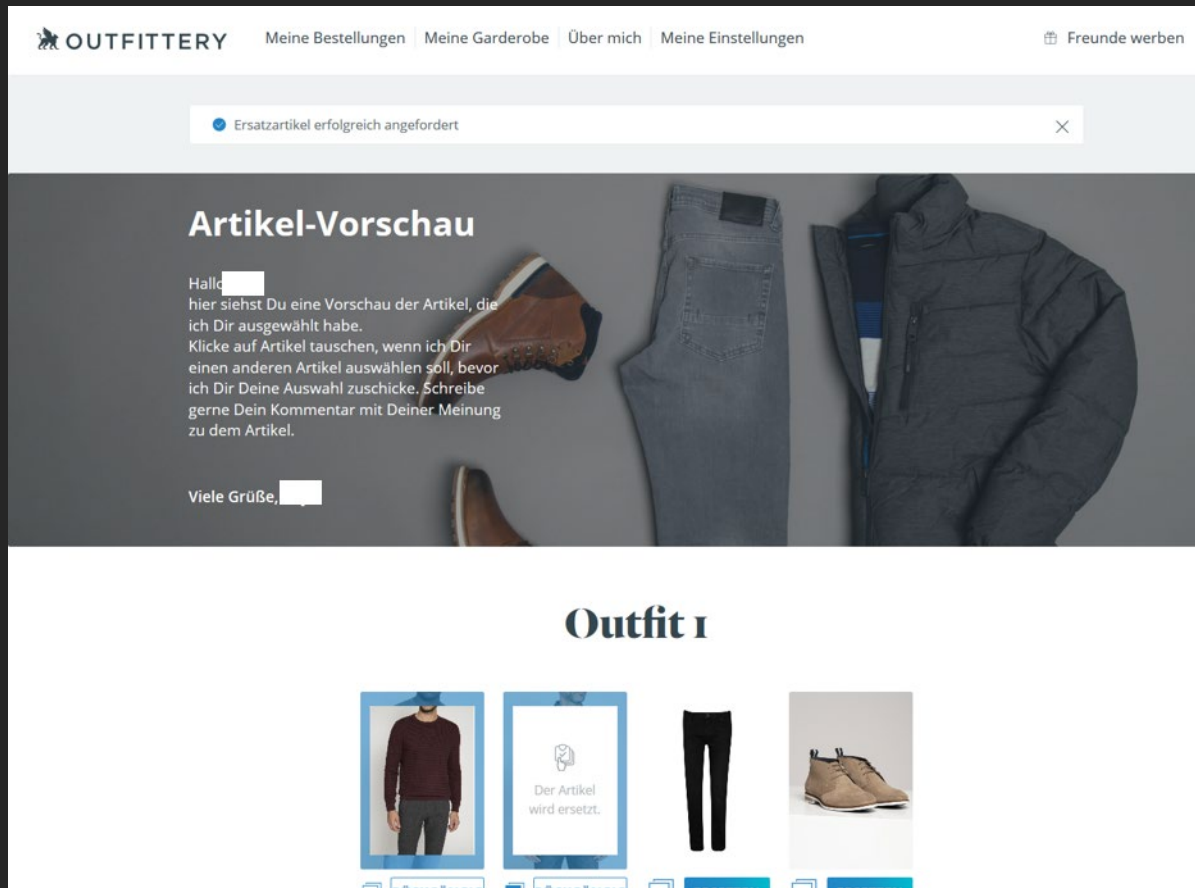
- Differenzierungen bei Anlegen des ‚Stilprofils‘
 - u.a. Stiltypen, Farben, No-Go’s, Marken, Konfektionsgröße, Aussehen & Größenangaben
- Fragebogendesign: Differenzierte Antworten z.T. nicht möglich

Wie geht es weiter? – Outfit-Vorschau & Erhalt der Box



Quelle: Eigene Bestellung; Outfittery

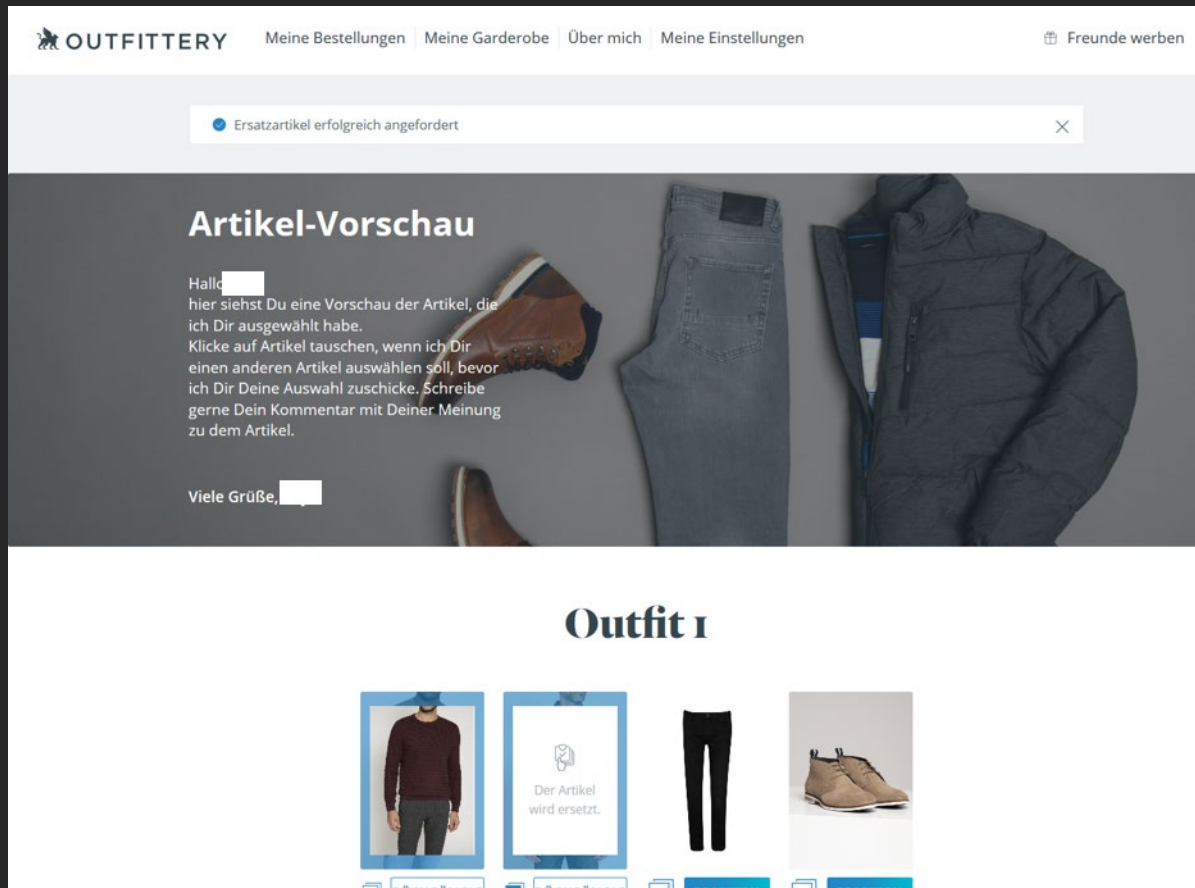
Wie geht es weiter? – Outfit-Vorschau & Erhalt der Box



- Eigene Änderungen in Outfit-Voranschau möglich
 - Zeitlich begrenzt
 - z.T. automatisierte Ersatzvorschläge

Quelle: Eigene Bestellung; Outfittery

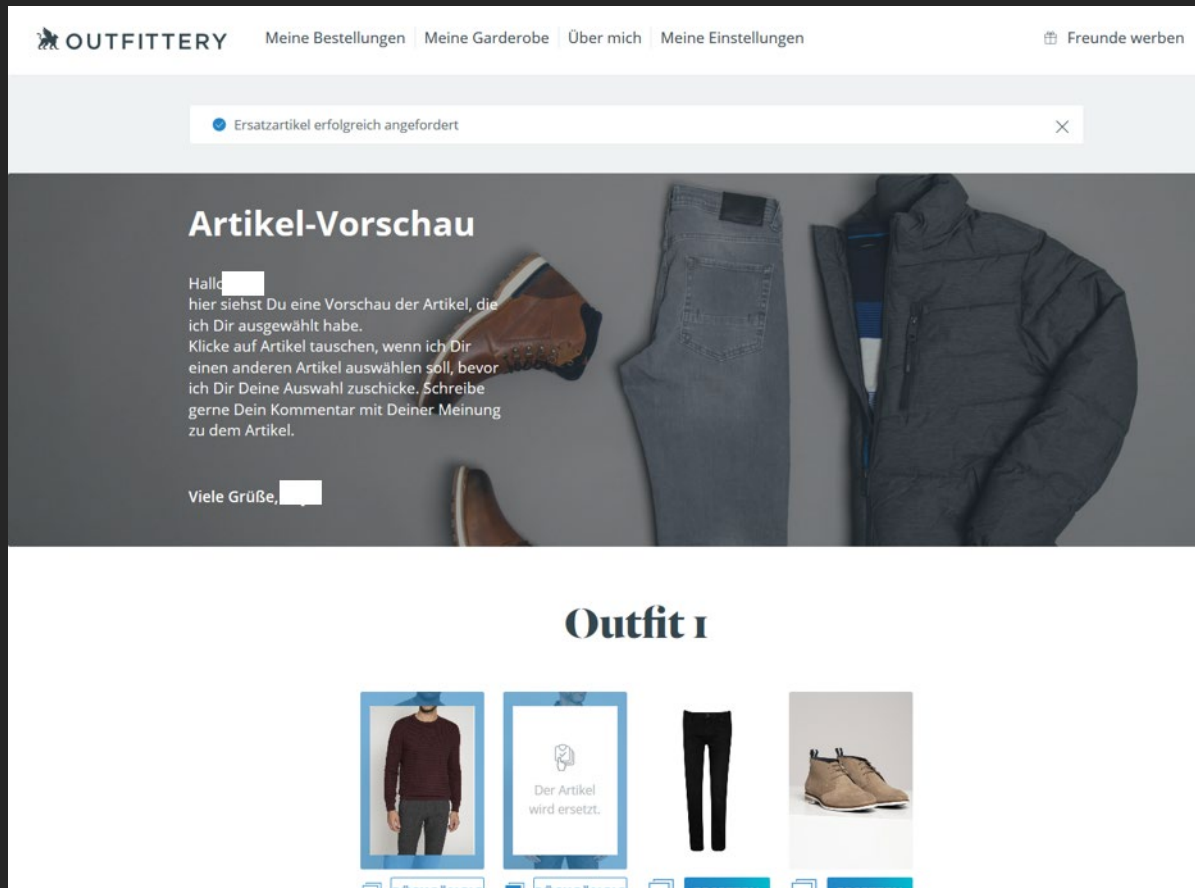
Wie geht es weiter? – Outfit-Vorschau & Erhalt der Box



- Eigene Änderungen in Outfit-Voranschau möglich
 - Zeitlich begrenzt
 - z.T. automatisierte Ersatzvorschläge
- Gekennzeichnet durch Feedbackschleifen
 - Kontaktaufnahme per Chat, Telefon, E-Mail
 - Rücksendung: Größe

Quelle: Eigene Bestellung; Outfittery

Wie geht es weiter? – Outfit-Vorschau & Erhalt der Box



- Eigene Änderungen in Outfit-Voranschau möglich
 - Zeitlich begrenzt
 - z.T. automatisierte Ersatzvorschläge
- Gekennzeichnet durch Feedbackschleifen
 - Kontaktaufnahme per Chat, Telefon, E-Mail
 - Rücksendung: Größe
- Unerklärt:
 - Kombinationsmöglichkeiten außerhalb der Outfit-Zusammenstellung
 - Tragevarianten

Quelle: Eigene Bestellung; Outfittery

Frustpotentiale im Curated- Shopping



Frustpotentiale im Curated- Shopping

- Stylistenmangel/Stylistenwechsel

Frustpotentiale im Curated- Shopping

- Stylistenmangel/Stylistenwechsel
- Beratungsbeschränkungen (etwa bei Anprobe i.S. von Anleitungsproblemen)

Frustpotentiale im Curated- Shopping

- Stylistenmangel/Stylistenwechsel
- Beratungsbeschränkungen (etwa bei Anprobe i.S. von Anleitungsproblemen)
- Auswahlproblem innerhalb der Artikel der Box

Frustpotentiale im Curated- Shopping

- Stylistenmangel/Stylistenwechsel
 - Beratungsbeschränkungen (etwa bei Anprobe i.S. von Anleitungsproblemen)
 - Auswahlproblem innerhalb der Artikel der Box
- Erfordert Modestilwissen, Konsumreflektion
- Versprochenes Lusterlebnis kann sich in Frust transformieren (bspw. anzugebende Informationen, Fragebogen-Defizite, Erwartungsenttäuschung der Beratung)

Permanente
Aushandlung der
Dienstleistungs-
beziehung



Permanente Aushandlung der Dienstleistungs- beziehung

- Ko-Produktion der Dienstleistungsbeziehung (vgl. Korczynski 2002, Wehrich/Dunkel 2003)

Permanente Aushandlung der Dienstleistungs- beziehung

- Ko-Produktion der Dienstleistungsbeziehung (vgl. Korczynski 2002, Wehrich/Dunkel 2003)
- Dienstleistungsbeziehungen (*relationships*) versus Dienstleistungsbegegnungen (*encounters*) (Gutek 1995)
 - Darstellung ähnelt relationship
 - Wird jedoch durch Stylistenwechsel o.ä. brüchig [Koordinationsproblem]
 - Plattform bzw. Stilprofil als Bindeglied

Permanente Aushandlung der Dienstleistungs- beziehung

- Ko-Produktion der Dienstleistungsbeziehung (vgl. Korczynski 2002, Weihrich/Dunkel 2003)
- Dienstleistungsbeziehungen (*relationships*) versus Dienstleistungsbegegnungen (*encounters*) (Gutek 1995)
 - Darstellung ähnelt relationship
 - Wird jedoch durch Stylistenwechsel o.ä. brüchig [Koordinationsproblem]
 - Plattform bzw. Stilprofil als Bindeglied
- Angebot soll entlasten, gleichzeitig müssen Kund:innen reflektiert Konsumroutinen und –vorlieben verbalisieren [Kooperationsproblem]

Fazit

Curated Shopping als Reaktion auf das (Frust-)Risiko (der Fehlentscheidung oder der fehlenden Entscheidungsfähigkeit) und auf die Last der Kompetenzanforderungen (zeitlicher, motivationaler und kognitiver Art) der selbstverantwortlichen Entscheidung im herkömmlichen Online-Einkauf gelesen werden.

Fazit

Curated Shopping als Reaktion auf das (Frust-)Risiko (der Fehlentscheidung oder der fehlenden Entscheidungsfähigkeit) und auf die Last der Kompetenzanforderungen (zeitlicher, motivationaler und kognitiver Art) der selbstverantwortlichen Entscheidung im herkömmlichen Online-Einkauf gelesen werden. Solche Angebote vermitteln dergestalt zwischen dem zeitgeistig diagnostizierten „Haben-Wollen“ (Ullrich 2006) und der alltagspraktischen Anforderung an ein „Auswählen-Müssen“ (Hellmann 2010). Gleichzeitig muss der Gegenstand der Dienstleistung sowie die mit diesem verbundenen Erwartungen in Kooperation zwischen DLG und DLN verbalisiert und ausgehandelt werden.

Danke!

Weiterführende Literatur:

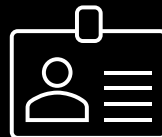
Eisewicht, Paul (2015): Die Kunst des Reklamierens. Beitrag zum Verständnis von Konsum als Handlungsproblem. Springer VS: Wiesbaden.

Eisewicht, Paul (2017): Schöne neue Warenwelt!? Curated Shopping und Personal Shopping als Form der De-Mediatisierung. In: Pfadenhauer/Grenz (Hrsg.): De-Mediatisierung. Springer VS: Wiesbaden, S. 237-255.

Eisewicht, Paul (2021): Kaufberatende Dritte und die Rückkehr des Beraters? In: Dimbath/Pfadenhauer (Hrsg.): Gewissheit. BeltzJuventa: Weinheim.

Projektseite:

<https://www.researchgate.net/project/Curated-Shopping-Handlungsprobleme-und-Typisierungen-bei-persoenlicher-und-algorithmisierter-Kaufberatung-im-Internet>



Kontakt:

Dr. Paul Eisewicht – paul.eisewicht@tu-dortmund.de

Nico Steinmann, M.Ed. – nico.steinmann@tu-dortmund.de