

Pressemitteilung

frei zur Veröffentlichung ab sofort

Regensburg, 28. Juni 2011

So steigern Online-Händler ihren Umsatz – Neue Studie zu Online-Marketing und Web-Controlling erschienen

Vor allem die Bereiche Online-Marketing und Web-Controlling stellen eine enorme Herausforderung für Online-Händler dar. Wie Händler diese Herausforderungen meistern und welche Trends auf diesen Gebieten abzusehen sind, hat ibi research an der Universität Regensburg zusammen mit dem Partnerkonsortium des E-Commerce-Leitfadens (www.ecommerce-leitfaden.de) in einer Online-Umfrage ermittelt. Gut 700 Teilnehmer haben sich an der Umfrage beteiligt.

Wer im elektronischen Handel erfolgreich sein will, muss mittels adäquater Marketing-Maßnahmen auf sein Online-Angebot aufmerksam machen und auch versuchen, seine Kunden langfristig zu binden. Ob sich die Schaltung von Werbung, der Versand von Newslettern oder die Teilnahme an sozialen Netzwerken für einen Online-Händler tatsächlich lohnt oder ob das eigene Angebot den Kundenwünschen genügt, können Web-Controlling-Lösungen zeigen.

Das Ziel der Studie „So steigern Online-Händler ihren Umsatz“ ist es deshalb, aktuelle Trends und Entwicklungen in den Bereichen Online-Marketing und Web-Controlling im E-Commerce aufzuzeigen und Händlern eine Übersicht über die angesprochenen Themen zu bieten. Um die Trends erkennen zu können und den Status quo zu erheben, wurde ein mehrstufiger Fragebogen entwickelt, der von Online-Händlern ausgefüllt und daraufhin ausgewertet wurde.

Ausgewählte Ergebnisse

18% der Händler setzen keine Marketing-Maßnahme zur Bekanntmachung ihres Online-Angebots sowie zur Kundenbindung ein. Während die Suchmaschinen-Optimierung (SEO) und -Werbung (SEA) derzeit die am häufigsten eingesetzten Marketing-Maßnahmen sind, zeigen der Newsletter-Versand sowie die Beteiligung in sozialen Netzwerken das größte Wachstumspotenzial.

Ferner besitzen aus Händlersicht das Suchmaschinen-Marketing und der Newsletter-Versand das beste Kosten-Umsatz-Verhältnis. Jedoch können knapp 40% der Händler den Erfolg von Marketing-Maßnahmen bislang nicht nachvollziehen. So ist die derzeit größte Herausforderung beim Marketing aus Händlersicht neben der Identifizierung von Keywords die Erfolgsmessung einzelner Marketing-Kampagnen.

Knapp zwei Drittel der deutschen Online-Händler setzen derzeit eine Web-Controlling-Lösung ein. Aus Händlersicht sind dabei die wichtigsten drei Eigenschaften einer Lösung eine hohe Usability, eine schnelle und zeitnahe Analyse sowie die Beachtung des deutschen Datenschutzes.

Viele Händler haben allerdings bei einigen Datenschutz-Maßnahmen noch Nachholbedarf, um die Vorgaben des deutschen Datenschutzes zu erfüllen. Auch wenn bereits viele Händler einen Hinweis in ihre Datenschutzerklärung aufgenommen haben, dass Daten über das Besucherverhalten in anonymisierter Form gesammelt und gespeichert werden, speichert ein Drittel der befragten Händler die vollständigen IP-Adressen ihrer Besucher.

Unter folgendem Link können Sie die vollständigen Ergebnisse kostenlos herunterladen:
www.ecommerce-leitfaden.de/web-controlling

Die wichtigsten Informationen zur Studie „So steigern Online-Händler ihren Umsatz“ auf einen Blick:

So steigern Online-Händler ihren Umsatz – Fakten aus dem deutschen Online-Handel

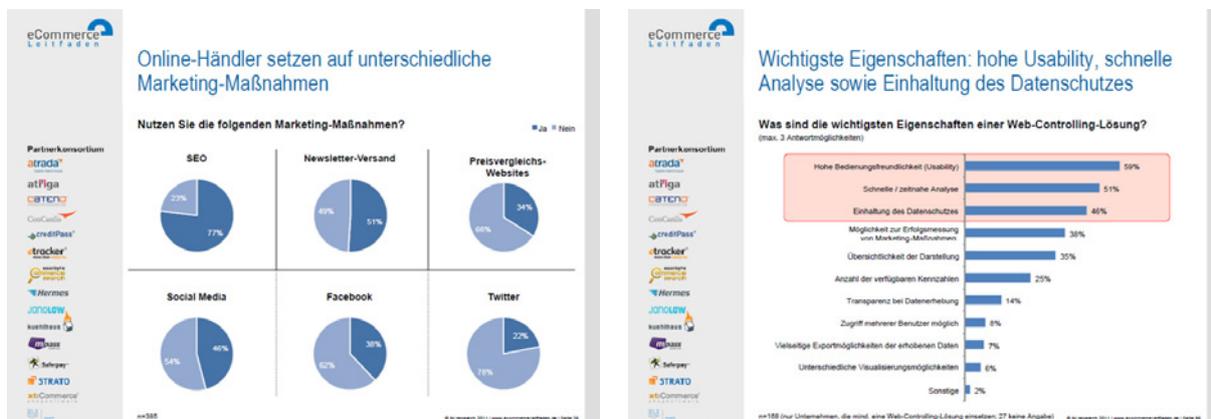
Aktuelle Ergebnisse aus dem Projekt E-Commerce-Leitfaden

Ch. Bauer, G. Wittmann, E. Stahl, S. Weisheit, S. Pur, S. Weinfurtner

Erscheinungsdatum: Juli 2011, ISBN: 978-3-940416-31-5

Download: www.ecommerce-leitfaden.de/web-controlling

Ausgewählte Grafiken aus der Studie (siehe Anlage zur Pressemitteilung):



Weitere Bild- und Pressematerialien finden Sie unter: www.presse.ecommerce-leitfaden.de

Über das Projekt „E-Commerce-Leitfaden“:

Um Antworten auf die wichtigsten Fragen rund um den elektronischen Handel zu geben, hat sich ein Konsortium bestehend aus namhaften Lösungsanbietern und dem Forschungs- und Beratungsinstitut ibi research an der Universität Regensburg zusammengeschlossen. Atrada, atriga, cateno, ConCardis, creditPass, etracker, exorbyte, Hermes Logistik Gruppe Deutschland, janolaw, kuehlhaus, mpass, Saferpay, STRATO und xt:Commerce bündeln in diesem Projekt ihr Know-how und ihre Erfahrungen, um zusammen mit ibi research die wichtigsten Informationen für Online-Händler und solche, die es werden wollen, in einfach verständlicher und prägnanter Form zusammenzustellen.

Weitere Informationen: www.ecommerce-leitfaden.de

Über ibi research:

Seit 1993 bildet die ibi research an der Universität Regensburg GmbH eine Brücke zwischen Universität und Praxis. Das Institut forscht und berät zu Fragestellungen rund um das Thema "Finanzdienstleistungen in der Informationsgesellschaft". ibi research arbeitet auf den Themenfeldern E-Business, IT-Governance, Internet-Vertrieb und Geschäftsprozessmanagement. Zugleich bietet ibi research umfassende Beratungsleistungen zur Umsetzung der Forschungs- und Projektergebnisse an und ist Initiator und Herausgeber des E-Commerce-Leitfadens (www.ecommerce-leitfaden.de).

ibi research ist Träger des E-Commerce-Kompetenzzentrums Ostbayern (www.ecommerce-ostbayern.de) im Rahmen des vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) geförderten Netzwerks Elektronischer Geschäftsverkehr (NEG) und informiert zu den Themen E-Commerce und elektronische Rechnungsabwicklung.

Weitere Informationen: www.ibi.de

ibi research freut sich über den honorarfreien Abdruck dieser Pressemitteilung.

Bei Interesse an weiteren Informationen, Artikeln etc. wenden Sie sich bitte an:

E-Commerce-Leitfaden
Dr. Georg Wittmann
c/o ibi research an der Universität Regensburg
Galgenbergstraße 25
93053 Regensburg

Telefon: 0941 943-1901
Telefax: 0941 943-1888
E-Mail: team@ecommerce-leitfaden.de