

Pressemitteilung

frei zur Veröffentlichung ab sofort

Regensburg, 2. Juni 2010

Online-Händler pflegen regionale Wurzeln

Für jeden zweiten Anbieter sind die Kunden aus der Region sehr wichtig

Einer der wesentlichen Vorteile des Online-Handels ist, dass sich über das Internet Kunden in aller Welt erreichen lassen. Trotzdem bezeichnet knapp die Hälfte der im Rahmen des Projekts E-Commerce-Leitfaden befragten Online-Händler die Kunden aus der Region als sehr wichtig. Als eine der wichtigsten Werbemöglichkeiten zur Gewinnung regionaler Kunden wurde von den Unternehmen die regionale Presse genannt. Die Ergebnisse können unter www.ecommerce-leitfaden.de kostenlos heruntergeladen werden.

Etwa die Hälfte der befragten Online-Händler verfügt neben dem Web-Shop auch über ein Ladengeschäft. Gerade diese Kombination aus stationärem und virtuellem Shop bietet interessante Möglichkeiten, regionale Kunden besonders anzusprechen. So bieten zwei von drei dieser Händler den regionalen Kunden an, bestellte Waren versandkostenfrei im Laden abzuholen, jeder zweite ermöglicht den Umtausch bestellter Waren im Ladengeschäft.

Selbst für jeden dritten Händler, der über kein stationäres Ladengeschäft verfügt, sind die Kunden aus der Region jedoch sehr wichtig. Diese Händler locken regionale Kunden z. B. durch Verzicht auf Versandkosten in einem bestimmten Umkreis, durch besondere Vergünstigungen oder durch sonstige Leistungen wie Probierpakete, Installationservice oder Abholung ab Lager.

Als wichtigste Werbemöglichkeiten zur Gewinnung von Kunden aus der Region wurden von jeweils etwa einem Drittel der Online-Händler Hinweise im Ladengeschäft und regionale Zeitungen genannt. Jeweils etwa ein Viertel wirbt auf regionalen Online-Portalen oder engagiert sich bei Veranstaltungen in der Region.

Bei den Händlern mit Ladengeschäft ist es unterschiedlich, ob der Shop oder der Laden das Hauptstandbein bilden. Bei 35% dieser Händler sind die Umsätze im Online-Shop deutlich höher im Ladengeschäft, bei 43% ist es umgekehrt. Jeweils 11% gaben an, dass die Umsätze in etwa gleich hoch sind, oder konnten dazu keine Auskunft geben.

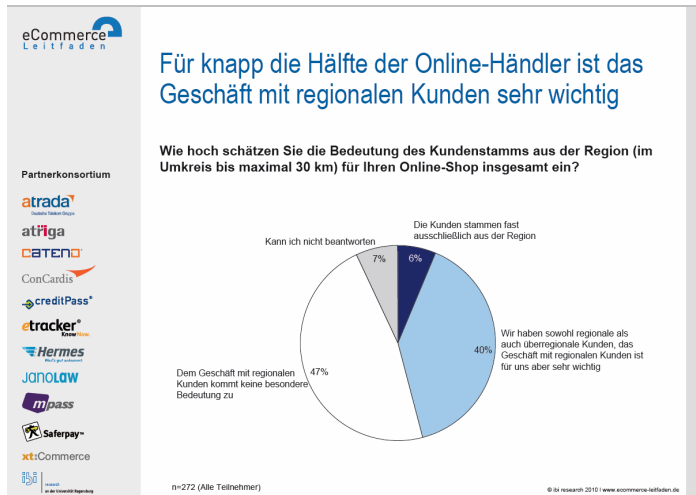
Für die Kunden bietet die Kombination aus Online-Shop und Laden auch den Vorteil, dass Sie sich vor dem Online-Kauf im Laden informieren können oder umgekehrt. Wie die Ergebnisse zeigen, werden beide Möglichkeiten von den Kunden genutzt. Dabei informieren sich im Durchschnitt mehr Kunden vorab online und kaufen dann im Laden als umgekehrt.

Für die Zukunft wird außerdem erwartet, dass die Bedeutung des Geschäfts mit regionalen Kunden insgesamt noch weiter zunimmt. Nur 6% der befragten Online-Händler gehen von einer abnehmenden Bedeutung aus.

Unter folgendem Link können Sie die vollständigen Ergebnisse kostenlos herunterladen:
www.ecommerce-leitfaden.de/total-global (wird noch angelegt)

Weitere Informationen zum Thema E-Commerce erhalten Sie auf dem E-Commerce-Tag am 15. Juli in Würzburg. Die E-Commerce-Leitfaden-Partner präsentieren Ihnen gemeinsam mit dem Mainfränkischen Electronic Commerce Kompetenzzentrum und erfolgreichen Online-Händlern aus der Region eine Fülle von praxisnahen Hilfestellungen, um Ihre Internet-Präsenz noch erfolgreicher zu machen. Das Programm und die Möglichkeit zur Online-Anmeldung finden Sie hier: www.ecommerce-tag.de

Ausgewählte Bildmaterialien zur Studie (siehe Anlage zur Pressemitteilung):



Bedeutung_Reg.jpg



Werbung_Reg.jpg



Banner_Reg.jpg

Kurzinfos zur Studie:

Total global? – Die Bedeutung regionaler Kunden für Online-Händler

Silke Weisheit, Dr. Thomas Krabichler, Dr. Georg Wittmann, Dr. Ernst Stahl

Erscheinungsdatum: Juni 2010

Umfang: 27 Seiten

ISBN: 978-3-940416-23-0

Download: www.ecommerce-leitfaden.de/total-global

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 elf namhaften Lösungsanbietern und dem Forschungs- und Beratungsinstitut ibi research an der Universität Regensburg zusammengeschlossen. Atrada, atriga, cateno, ConCardis, creditPass, etracker, Hermes Logistik Gruppe Deutschland, janolaw, mpass, Safepay 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.

Unter www.ecommerce-leitfaden.de/infoanforderung.html können Sie mit den E-Commerce-Leitfaden-Partnern kostenlos und unverbindlich in Kontakt treten.

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. Seit Januar 2009 ist ibi research 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). Weitere Informationen: www.ibi.de

ibi research freut sich über den honorarfreien Abdruck dieser Pressemitteilung.

Verwertungen sind unter Angabe der Quelle „www.ecommerce-leitfaden.de“ zulässig. Weitere Bild- und Pressematerialien unter www.presse.ecommerce-leitfaden.de

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

E-Commerce-Leitfaden

Silke Weisheit

c/o ibi research an der Universität Regensburg, Galgenbergstr. 25, 93053 Regensburg

Telefon: 0941 943-1901 / Telefax: 0941 943-1888

E-Mail: team@ecommerce-leitfaden.de

Internet: www.ecommerce-leitfaden.de / www.ibi.de