

Pressemitteilung

frei zur Veröffentlichung ab sofort

Regensburg, 15. Dezember 2011

Beim Web-Controlling fehlt den meisten Online-Händlern die Strategie

Unter den Online-Händlern sind diejenigen am erfolgreichsten, die die Erwartungen und Wünsche ihrer Besucher am besten erfüllen. Dazu ist es notwendig, die eigenen Nutzer und ihre Bedürfnisse genau zu kennen. Web-Controlling Lösungen bieten dafür umfangreiche Möglichkeiten. Wie Händler diese einsetzen und einschätzen und welche Trends in den Gebieten Web-Controlling und Online-Marketing abzusehen sind, hat ibi research an der Universität Regensburg zusammen mit dem Partnerkonsortium des E-Commerce-Leitfadens (www.ecommerce-leitfaden.de) in der Studie „So steigern Online-Händler ihren Umsatz“ untersucht. Gut 700 Händler haben sich an der Umfrage beteiligt.

Knapp zwei Drittel der deutschen Online-Händler setzen derzeit eine Web-Controlling Lösung ein. Der Einsatz von Web-Controlling Lösungen wird demnach bereits von vielen Händlern als wichtige Maßnahme angesehen, aber nicht alle nutzen die Möglichkeiten des Web-Controllings optimal aus. Lediglich ein Drittel der Händler beispielsweise geht das Thema strategisch an und vergleicht die erhobenen Werte mit Zielwerten – ein Soll-Ist-Vergleich findet somit bei sieben von zehn Händlern nicht statt. Oft fehlt den Händlern hierfür die Zeit. Würde jedoch das volle Potenzial der Möglichkeiten ausgeschöpft, könnte sich das durchaus auszahlen. So nutzt beispielsweise schon jeder zweite Händler eine Web-Controlling Lösung, um die Anzahl der Besucher, die im Checkout-Prozess abrechnen, zu messen und zu analysieren und daraufhin den Prozess zu optimieren.

Das Potenzial von Web-Controlling Lösungen bestätigt auch Christian Bennefeld, Geschäftsführer von etracker: „Die Ergebnisse zeigen deutlich, dass heute kaum ein Händler den Einsatz einer Web-Controlling Lösung in Frage stellt, jedoch der volle Nutzen nur dann daraus gezogen wird, wenn für das Web-Controlling entsprechende Ressourcen zur Verfügung stehen. Zudem haben Web-Händler erkannt, dass eine erfolgreiche Shop-Optimierung mit Web-Analytics Systemen alleine nicht ausreichend ist und weitere Werkzeuge benötigt werden, um den Besucher ganzheitlich zu betrachten. Neue Lösungen wie Besucherbefragungen, Nutzer-Feedback-Systeme und Mouse Tracking zur Analyse der Wahrnehmung und des Formularnutzungsverhaltens stehen heute an oberster Stelle der Planung. Die Händler haben offenbar erkannt, dass sie sich nur so Wettbewerbsvorteile bei der Website-Optimierung sichern können.“

Weitere ausgewählte Ergebnisse

Bei 28 Prozent der Händler legt mindestens jeder vierte Besucher ein Produkt in den Warenkorb. Beim darauf folgenden Schritt des Kaufabschlusses zeigt sich, dass bei gut einem Drittel der Online-Händler mindestens 10 Prozent der Shop-Besucher den Kaufvorgang auch abschließen. Die Usability und Gestaltung der Bestellprozesse tragen in hohem Maße dazu bei, dass Besucher dann auch kaufen, wenn sie ein Produkt bereits in den Warenkorb gelegt haben.

Um den Erfolg ihres Web-Auftritts zu kontrollieren, haben 13 Prozent der deutschen Online-Händler sogar mehr als eine Web-Controlling Lösung im Einsatz. Google Analytics, etracker Web Analytics und Piwik werden dabei am liebsten verwendet. Hohe Usability, eine schnelle und zeitnahe Analyse sowie die Beachtung des deutschen Datenschutzes stellen die wichtigsten Kriterien bei der Lösungswahl dar. Obwohl die Händler mit der eingesetzten Web-Controlling Lösung insgesamt zufrieden sind, haben viele noch Nachholbedarf, um die Vorgaben des deutschen Datenschutzes bei der systematischen Auswertung von Nutzungsdaten ausreichend zu erfüllen.

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

Christopher Bauer, Dr. Georg Wittmann, Dr. Ernst Stahl, Silke Weisheit, Sabine Pur, Stefan Weinfurtner

Umfang: 172 Seiten

ISBN: 978-3-940416-31-5

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

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

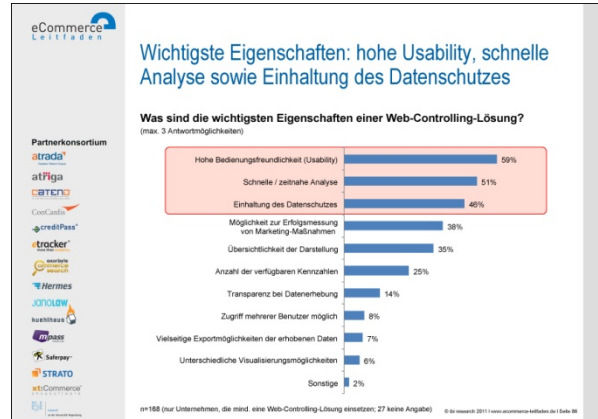
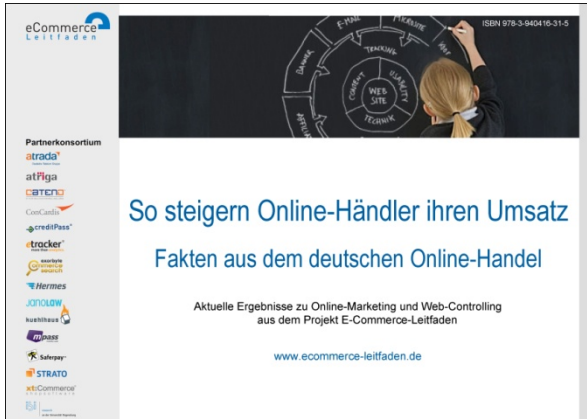
Über ibi research:

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

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



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