



Jeder vierte Online-Händler unterschätzt die Kosten einer Shop-Einführung

Jeder vierte Online-Händler unterschätzt die Kosten einer Shop-Einführung

Befragung des ECC Handel in Zusammenarbeit mit der XSITE GmbH zeigt: Kostenfreie Open-Source-Lösungen sind in der Umsetzung häufig teurer als zunächst angenommen. Die höchsten laufenden Kosten entfallen größtenteils auf das Marketing. Weitere Ergebnisse sind in einem kostenlosen Whitepaper zum Download zusammengefasst.

Düsseldorf/Köln, 10. September 2012 - Die Wachstumsdynamik des Online-Handels ist ungebrochen und immer mehr Händler zieht es in diesen Vertriebskanal. Am Anfang des Prozesses steht dabei die Frage, welche Kosten bei der Einführung eines Shops auf den Händler zukommen und mit welchen laufenden Kosten während des Betriebs gerechnet werden muss. Um hierzu Orientierung bieten zu können, hat das ECC Handel in Zusammenarbeit mit der XSITE GmbH das Whitepaper "Kostenstrukturen im Online-Handel" erstellt. Dieses kann ab sofort kostenfrei auf der Website der XSITE GmbH sowie auf der Website des ECC Handel heruntergeladen werden.

Die Befragungsergebnisse zeigen, dass der Preis eines Shop-Systems auf den ersten Blick eine untergeordnete Rolle spielt. Wichtiger bei der Wahl eines Anbieters sind die angebotenen Funktionalitäten sowie die Möglichkeit den Shop auch nachträglich flexibel erweitern und anpassen zu können. Rund die Hälfte der befragten Online-Händler setzt bei ihrer Entscheidung auf zukunftsfähige Systeme. Überraschend ist hingegen, dass lediglich 17,3 Prozent auf eine Import-/Export-Funktion geachtet haben, obwohl mehr als jeder Dritte bereits einmal das Shop-System gewechselt hat und vermutlich damit konfrontiert war, Kunden- und Bestelldaten in ein neues System zu übertragen.

Planung ist das A und O

Open Source-Lösungen, die auch aufgrund ihrer freien Verfügbarkeit häufig gewählt werden, entpuppen sich oft als deutlich teurere Variante als zuvor angenommen: 14,3 Prozent der Online-Händler, die Open-Source-Lösungen verwenden, rechneten mit Kosten von über 25.000 Euro. Zum Vergleich: 80 Prozent der Händler, die auf eine individuelle Shop-Lösung setzen, rechneten mit Kosten von circa 5.000 Euro. Insgesamt lagen bei jedem vierten Online-Händler die Ausgaben für die Implementierung über den erwarteten Kosten. Gründe hierfür sind neben der Systemintegration selbst auch fehlendes Know-how und erhöhter Personalaufwand. "Händler, die planen einen Online-Shop zu eröffnen, sollten sich bereits früh Gedanken über potenzielle Erweiterungen und zukünftige Anforderungen machen" rät Aline Eckstein, Bereichsleiterin des ECC Handel am IFH Köln. Auf diese Weise kann verhindert werden, nicht doch noch von Kosten, die für Anpassungen im Nachhinein oder durch den Austausch eines Shop-Systems entstehen, überrollt zu werden", so Eckstein weiter.

Marketing ist Kostentreiber Nummer eins

Neben den Fixkosten, die für die einmalige Einrichtung des Online-Shops anfallen, entstehen während des Shopbetriebs auch regelmäßige Kosten. Kostentreiber Nummer eins sind dabei Marketingausgaben. 44,4 Prozent der befragten Online-Händler gaben an, dass diese der größte Block unter den laufenden Kosten seien - für jeden Vierten ist dies immerhin der zweitgrößte Treiber. Vor allem die Themen Suchmaschinenmarketing und -optimierung stehen dabei oben auf der Liste. Die Positionen "Redaktion und Content-Pflege" (78,4 Prozent), die regelmäßigen Kosten für das Shop-System (70,3 Prozent) sowie Kosten, die während der Kaufabwicklung entstehen (62,3 Prozent), folgen auf den Plätzen zwei, drei und vier der laufenden Ausgaben.

"Für einen wirtschaftlich erfolgreichen Shop ist es entscheidend, neben der Implementierung über den erwarteten Kosten auch die laufenden Kosten von vornherein richtig einzuschätzen. Man kann jedem Betreiber nur raten, bei der Auswahl des Dienstleisters auf eine in jeder Hinsicht transparente Kostenstruktur zu achten", empfiehlt XSITE Marketing Director Christoph Heiders.

Über die Studie

Die Studie "Kostenstrukturen im Online-Handel" des ECC Handel in Zusammenarbeit mit der XSITE GmbH untersucht, welche Kosten mit dem Eintritt in das Online-Geschäft verbunden sind, mit welchen laufenden Kosten während des Betriebs eines Online-Shops zu rechnen ist und was dabei die größten Kostentreiber sind. Hierfür wurden im Juli und August 2012 branchenübergreifend 278 Online-Händler in einer Online-Erhebung befragt. Die Ergebnisse der Studie können als kostenloses Whitepaper auf der Website der XSITE GmbH unter: <http://www.xsite.de/ecc/> und auf der Website des ECC Handel unter http://www.ecc-handel.de/wieviel_kostet_der_online-vertrieb_.php heruntergeladen werden.

Vorstellung der Ergebnisse auf kommenden Messen

Ausführliche Informationen zu den Studienergebnissen erhalten Sie im Rahmen der kommenden Fachmessen K5 und NEOCOM. Im Rahmen der K5 stellt ECC-Projektmanager Adrian Hotz die Ergebnisse am Donnerstag, 20. September 2012 um 15:40 Uhr in Studio C vor. Auf der NEOCOM am 26. und 27. September 2012 in Wiesbaden präsentiert die XSITE GmbH die Studienergebnisse exklusiv an Stand 119 in Halle 1.

Über das E-Commerce-Center Handel (ECC Handel)

Das ECC Handel (www.ecc-handel.de) wurde im Jahr 1999 als Forschungs- und Beratungsinitiative unter der Leitung der IfH Institut für Handelsforschung GmbH ins Leben gerufen. Das Ziel ist es Handelsunternehmen zum Thema E-Commerce fundiert und neutral zu informieren. Individuelle Fragen zum E-Commerce von Unternehmen, Verbänden und öffentlichen Institutionen beantwortet das ECC Handel im Rahmen von Auftragsprojekten. Zahlreiche Aspekte des E-Commerce im Handel hat das ECC Handel zudem in eigenen Studien untersucht. Es wird vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) für spezifische Projekte gefördert und ist in das Netzwerk Elektronischer Geschäftsverkehr (NEG) als Branchenkompetenzzentrum mit Themenfokus Handel eingebunden.

Ausführliche Informationen finden Sie unter: www.ecc-handel.de

Über die XSITE GmbH

Die Düsseldorfer XSITE GmbH ist einer der deutschen Pioniere im Wachstumsmarkt E-Commerce. Als Cloud Commerce Anbieter der ersten Stunde widmet sich XSITE seit über 12 Jahren E-Commerce Anwendungen für den erfolgreichen Onlinehandel. Seit 2009 ist das Unternehmen mit seiner eigenen modularen Cloud E-Commerce Plattform für den digitalen Online-Vertrieb erfolgreich am Markt. Die Java-Plattform bietet einzigartige Schnelligkeit, Flexibilität und Offenheit. Die XSITE Cloud Commerce Lösung adressiert mittelständische Hersteller und Online-Händler. Der Mehrwert liegt in der einzigartigen Kombination aus leistungsfähiger Cloud E-Commerce Plattform und rein erfolgsbasiertem Geschäftsmodell. XSITE bietet seinen Kunden ein transparentes, rein erfolgsbasiertes Abrechnungsmodell, Händler zahlen ausschließlich für tatsächlich generierten Umsatz in Form einer Transaktionsgebühr pro Bestellung im Shop (Pay-per-Order). Quer durch alle Branchen setzen mittlerweile namhafte Kunden wie Evonik, CWS boco, Shop Apotheke, arsmundi und Neuland in 80 Ländern auf die Cloud Commerce Lösung von XSITE.

Weitere Informationen finden Sie unter www.xsite.de.

Bei weiteren Fragen stehen wir jederzeit zur Verfügung.

Pressekontakt

PUBLIC TUNE

40235 Düsseldorf

Firmenkontakt

PUBLIC TUNE

40235 Düsseldorf

Xsite bietet eine führende Cloud E-Commerce Plattform für den Mittelstand an. Die Enterprise Plattform für B2B und B2C wird als Software-as-a-Service betrieben und rein erfolgsbasiert bezahlt. Unsere Transaktionsplattform ist optimiert für Internationalisierung, Konversion und Umsatz.