



## "Was kostet Online-Vertrieb? XSITE präsentiert Studienergebnisse auf K5 NEOCOM

"Was kostet Online-Vertrieb?" XSITE präsentiert Studienergebnisse auf K5 <br> NEOCOM<br /><br />"Was kostet Online-Vertrieb?" Die Studienergebnisse liegen vor.<br />XSITE GmbH präsentiert in Kooperation mit dem ECC Handel Auswertung auf K5 <br> NEOCOM.<br />Düsseldorf, 17. September 2012. Gemeinsam mit XSITE untersuchte das E-Commerce-Center Handel, kurz ECC Handel, die Kostenstrukturen im Online-Handel. Über 150 Pure- und Multichannel-Player unterschiedlicher Größe nahmen teil.<br />Gefragt wurde nach den Kosten für Implementierung und Betrieb eines Online-Shops. Welches sind die größten Kostenfaktoren? Wo liegen die Risiken? Wie gut sind die tatsächlichen Kosten im Voraus planbar? Die Studie liefert zum Teil überraschende Ergebnisse.<br />Kostenabweichungen erzeugen Unzufriedenheit<br />Jeder vierte der befragten Teilnehmer hatte aufgrund von Problemen bei der Systemintegration, fehlendem Know-how oder erhöhtem Personalaufwand höhere Implementierungskosten als ursprünglich geplant. Auch Probleme mit dem Dienstleister wurden als einer der wichtigsten Gründe für diese unerwünschte Entwicklung genannt.<br />Auffällig hoch (35,5%) ist somit auch der Anteil der Online-Händler, die ihr Shop- System bereits mindestens einmal gewechselt haben. Außerdem plant jeder zehnte Online-Händler sein derzeitiges Shop-System in naher Zukunft zu wechseln. <br />Funktionalität und Skalierbarkeit sind besonders gefragt<br />Die wichtigsten Entscheidungskriterien für die Auswahl des Dienstleisters stellen die angebotenen Funktionalitäten (52,5 %) gefolgt von der Möglichkeit, unproblematisch Erweiterungen, Änderungen und Anpassungen vorzunehmen (50,6 %), dar. Erst auf dem<br />dritten Platz folgt mit 41,4 Prozent der Preis.<br />"Das zeigt einmal mehr, wie wichtig der Funktionsumfang und die Erweiterungsmöglichkeiten für die Zukunftsfähigkeit von Shop-Systemen sind. Die Skalierbarkeit eines Systems ist entscheidend für ein Unternehmen, um auch bei wachsender Zahl der Besucher und damit der Bestellungen einen performanten und reibungslosen Online-Kauf zu gewährleisten." fasst XSITE Marketing Director Christoph Heiders zusammen.<br />Kostentreiber Hosting, Updates und Marketing<br />Im laufenden Betrieb sind insbesondere das Hosting sowie Anpassungen und Software-Updates die größten Kostentreiber. Für fast 90% der Befragten zählen aber auch Marketingaktivitäten für den Shop zu den drei größten Kostenpositionen. <br />Vorstellung der Ergebnisse auf kommenden Messen<br />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 im Studio C vor. <br />Auf der NEOCOM am 26. und 27. September 2012 in Wiesbaden präsentiert die XSITE GmbH die Studienergebnisse exklusiv an Stand 119 in Halle 1.<br />Ein kostenloses Whitepaper zu den Studienergebnissen kann bereits jetzt auf der Website der XSITE GmbH unter: <http://www.xsite.de/ecc/> heruntergeladen werden.<br />Weitere Informationen finden Sie unter [www.xsite.de](http://www.xsite.de) <br />Bei weiteren Fragen stehen wir jederzeit zur Verfügung.<br /><br />

### Pressekontakt

Melanie Schrader

40235 Düsseldorf

### Firmenkontakt

Xsite

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.