

## **Best Solution Award: Baumarktkette Hellweg hat besten Online-Shop**

- *OXID eSales ehrt beste Shop-Lösungen 2011: marc-cain.com, zero.de, hellweg.de*
- *Community Award für litauischen Marktplatz für 3-D-Modelle*
- *emmas-enkel.de erhält Sonderpreis für innovativstes Multichannel-Projekt*

**Freiburg, 27.10.2011: Die Profi-Baumarktkette Hellweg betreibt einen der besten Online-Shops Deutschlands. OXID eSales zeichnete die neue Online-Filiale des etablierten Baumarkthändlers am Dienstagabend (25.10.) in Freiburg mit dem Best Solution Award aus.**

„Die Usability und die technische Umsetzung des Shops überzeugen. Das Shop-Frontend spiegelt die Corporate Identity der Marke zu einhundert Prozent wider“, sagt Laudator Marc van der Wielen von Trusted Shops. „Der Lösung gelingt es, mittels OXID CMS das gesamte heterogene Sortiment übersichtlich abzubilden, wobei die Darstellung auch bei hoher Last performant bleibt. Der Shop zeichnet sich durch zielgruppen- und sortimentsspezifische Optimierung aus, für die die OXID Plattform mit viel Liebe im Detail erweitert wurde. Die Konzeption eines Artikeldatenkonzeptes nach Vorlage der Mandanten-ERP fällt ebenfalls überaus positiv auf.“ Die Agentur Shopmacher realisierte den auf OXID eShop Enterprise Edition basierenden Shop. [www.hellweg.de](http://www.hellweg.de)

OXID eSales vergibt den Best Solution Award einmal jährlich an Online-Shops, die im selben Jahr auf der OXID Plattform umgesetzt wurden. Externe E-Commerce-Experten bewerten die Shops unter anderem nach Usability, Frontend-Design, technischer Umsetzung, Umsetzungszeit im Vergleich zum Anspruch der Lösung, sowie Interaktion des Online-Angebots mit anderen Touch-Points wie Social Media und Mobile, wobei sie das jeweilige Geschäftsmodell berücksichtigen.

## **Fashion-Shops belegen Plätze auf dem Treppchen**

Weitere Auszeichnungen gehen in diesem Jahr an die Fashion-Shops zero.de und marc-cain.com, die jeweils auf OXID eShop Enterprise Edition basieren. „Der Shop zero.de ist Bestandteil des Multikanalvertriebs und unterstützt durch seinen integrativen Ansatz den stationären Vertrieb des Fashion-Labels Zero. Ergonomie und Usability bieten der Kundin einen schnellen und einfachen Zugang zu den Artikeln im gesamten Shopping-Prozess“, sagt Juror Dr. Kai Hudetz, Geschäftsführer der IfH Institut für Handelsforschung GmbH, Köln. „Der von TWT Communication umgesetzte Shop hat eine puristische, innovative, mediengerechte, attraktive und emotionale Anmutung.“ [www.zero.de](http://www.zero.de)

„Markenwebsite und Online-Shop verschmelzen zum Internetauftritt des Unternehmens Marc Cain“, sagt Jury-Mitglied Johannes Altmann von Shoplupe.com. „Die Kunden finden sich intuitiv im Shop zurecht. Es ist dem Unternehmen zudem sehr gut gelungen, den Shop als Teil des Multichannel-Konzeptes zu integrieren. Er wurde mit mehreren Modulen erweitert, ohne dass die Updatefähigkeit der Software leidet.“ Die Agenturen Werbewelt und Jankowsky setzten die Lösung um. [www.marc-cain.com](http://www.marc-cain.com)

## **Virtueller Marktplatz für 3-D Modelle**

Auf Basis der OXID eShop Community Edition wurde [www.cgtrader.com](http://www.cgtrader.com) ein internationaler Marktplatz für 3-D-Modelle realisiert. Auf der Plattform pflegen 3-D-Designer ihr Profil, stellen 3-D-Modelle in verschiedenen Formaten ein und bieten diese zum Verkauf an. Kunden wählen aus aktuell mehr als 1.200 Produkten und erhalten den gewünschten 3-D-Cotent direkt zum Download. Für den internationalen Marktplatz wurden eigene Community Features zum Anlegen individueller Autorenprofils, zur Produktpflege und der Kaufabwicklung virtueller Güter entwickelt. Mit der umsetzenden Agentur „Net Frequency“ UAB geht die begehrte Trophäe erstmals an einen litauischen OXID Partner. [www.cgtrader.com](http://www.cgtrader.com)

## **Sonderpreis für Tante Emma**

Den Innovationspreis erhielt in diesem Jahr der lokale Online-Store emmas-enkel.de aus Düsseldorf. Der von SALT Solutions umgesetzte Shop erlaubt es den Kunden die Ware abzuholen oder liefern zu lassen sowie in verschiedenen Kanälen zu bestellen und zahlen: per iPad, im Online-Shop, im trendigen Ladengeschäft und per Smartphone. Innerhalb von drei Monaten wurde der Shop im emotional ansprechenden Retro-Design mit einer Kassenlösung der Warenwirtschaft implementiert. „Der als Tante Emma-Laden gestaltete Online-Shop ermöglicht den Kunden nicht nur anhand hilfreicher Shop-Features, wie beispielsweise vorkonfektionierte Warenkörbe zu bestimmten Themen, ein genussvolles Einkaufserlebnis“, sagt Juror Dr. Kai Hudetz. „Auch hier sind der Online-Shop und das stationäre Geschäft optimal aufeinander abgestimmt, sodass der Multi-Channel-Gedanke im Gesamtkonzept integriert und vorbildlich umgesetzt ist.“ [www.emmas-enkel.de](http://www.emmas-enkel.de)

## **Der Trend heißt Multichannel**

Mehr als 60 Online-Shops haben sich in diesem Jahr um die begehrte Trophäe von OXID eSales beworben. „Design, Usability und Technik aller Lösungen bewegen sich auf sehr hohem Niveau und werden von Jahr zu Jahr komplexer. Während eine Social-Media-Integration heute zum Standard gehört, ist bemerkenswert, dass zahlreiche Shops nicht mehr nur für den reinen Online-Handel umgesetzt werden, sondern den Multichannel-Ansatz integrieren“, sagt Andrea Seeger, OXID Vorstand und Organisatorin des Best Solution Awards. „Es zeichnet sich deutlich ab, dass in Zukunft mehr und mehr Unternehmen den Verkauf über mehrere Kanäle hinweg forcieren werden.“

## **Über OXID eSales**

Die Freiburger OXID eSales AG ist einer der führenden Anbieter von E-Commerce-Lösungen. Unzählige erfolgreiche B2C- und B2B-Shop-Betreiber aus den verschiedensten Branchen schätzen Skalierbarkeit, Modularität und Qualität der OXID Plattform, darunter Lekkerland, Fressnapf, Neckermann, Strenesse, Intersport, Gravis und Deutsche Post. Die Kunden profitieren bei der Implementierung von den flexiblen Anpassungsmöglichkeiten innerhalb der Standardsoftware (schnelle Einführungszeit, geringe Kosten), dem Know-how der

über 100 zertifizierten OXID Solution Partner und im laufenden Betrieb vom direkten Kontakt zu Support und Entwicklung des Herstellers. OXID eFire ist das Gateway zum E-Commerce in der Cloud und ermöglicht auf einer einzigen Anwenderoberfläche das professionelle Management unter anderem von Online-Marketing, Marktplätzen und Payment-Diensten ebenso wie Bonitätsprüfungen und Intelligenter Suche. OXID eShop wird als Commercial Open Source Software entwickelt und veröffentlicht. Die Vorteile sind höhere Innovationsgeschwindigkeit, qualitativ hochwertigere Entwicklungen und langfristige Investitionssicherheit für die Nutzer. Weitere Informationen erhalten Sie unter <http://www.oxid-esales.com>

## **Pressekontakt**

OXID eSales AG  
Caroline Helbing  
Bertoldstraße 48,  
D-79098 Freiburg  
e-mail: [caroline.helbing@oxid-esales.com](mailto:caroline.helbing@oxid-esales.com)  
fon: +49 (0) 761 36889 214