

OXID Commons: Commerce-Lösungen im Zeichen des Multichannel-Handels

- *Fünf Online-Shops mit Award „THE GOLDEN CART“ ausgezeichnet: Bergfreunde, Garant Möbelgruppe, Zajadacz, Closed, Sport Schuster*
- *Emmas Enkel setzt Touchterminal OXID eShop POS ein*
- *Über 900 Teilnehmer diskutieren über Branchen-Entwicklung und Trends im on- und offline Handel*

Freiburg, 29. Mai 2012: Fünf Online-Händler haben am Donnerstagabend auf den OXID Commons die begehrte Trophäe THE GOLDEN CART gewonnen. Über 900 Teilnehmer lockte das E-Commerce-Event vor Ort in die Freiburger Messe und in den Live-Stream. In mehreren Sessions diskutierten sie aktuellste Trends im E-Commerce, wie Multichannel-Modelle, Anwendungsszenarien für mobiles Payment, Conversion-Optimierung, Internationalisierung sowie Plattform-Performance, Skalierbarkeit und nachhaltigen Shopbetrieb und -ausbau. Außerdem wurde ein neues Konzept für den Point of Sale vorgestellt.

Multichannel strategisch wichtig

In insgesamt zehn Sessions besprachen Experten auf dem ganztägig stattfindenden E-Commerce-Kongress Themen wie Multichannel-Strategien, Internationalisierung, Shopeffizienz und Conversionsrate. Neueste Shopprojekte wurden auf dem Event ebenfalls vorgestellt.

„Roland Fesenmayr hat OXID eShop POS und Multichannelhandel als strategisch wichtiges Thema in der Keynote vorgestellt; auch bei PayPal sind das zwei wichtige Punkte, an denen wir uns künftig weiter orientieren wollen, denn wir sehen in der Verkaufsstrategie sowohl für den Handel als auch für den E-Commerce enormes Zukunftspotential“,

Pressemitteilung

sagt Jens Plath, Senior Manager, Channel Business Development, PayPal.
"Insgesamt sind die OXID Commons eine rundum gelungene Veranstaltung, die sich Entscheider, Händler, Entwickler und E-Commerce-Interessierte für das kommende Jahr unbedingt wieder vormerken sollten."

„Ich mag die persönliche, freundschaftliche Atmosphäre auf den Commons. Es ist bewundernswert, dass hier auch kritische Dinge, besonders in der technischen Entwicklung, angesprochen werden, das ist eine Offenheit, die die Kunden und ich sehr zu schätzen wissen“, sagt Marcus Diekmann, geschäftsführender Gesellschafter, Shopmacher.

Fünf Shops erhalten The GOLDEN CART

Am Abend ging das Event mit der Verleihung des Awards THE GOLDEN CART zu Ende. Die Händler Bergfreunde, Garant Möbelgruppe, Zajadacz, Closed, Sport Schuster gewannen die begehrte Trophäe in den Kategorien „Online Pure Player“, „Innovative Geschäftsmodelle“, „B2B“, „Markenhersteller“ sowie „Multichannel“.

Gewinner Online Pure Player: Bergfreunde

Der Onlineshop bergfreunde.de fokussiert sich auf den Verkauf von Bergsport-Equipment. „Das ist ein richtig gut durchdachter Shop“, sagt Juror Marc van der Wielen von Trusted Shops. „Der auf eine sehr spitze Zielgruppe ausgerichtete Shop bietet Einkaufen im Breitbildformat. Die Bergfreunde holen so das Bergsportfeeling direkt in den Shop. Die gesamte Plattform ist auf dieses Thema ausgelegt, das spiegelt sich in Bild und Sprache wider. Die Navigation ist überaus nutzerfreundlich; insgesamt eine vollkommen runde Sache.“ Die Seidemann Solutions GmbH setzte den Shop auf OXID eShop Enterprise Edition um. Die Web Arts AG betreut bergfreunde.de als Conversion Agentur.

Gewinner Innovative Geschäftsmodelle: Garant Möbelgruppe

Die Garant Möbelgruppe bündelt auf ihrer Shopplattform mehrere Möbelhändler. „Die Lösung ist innovativ: Der Multiplattform-Ansatz ist kein

Pressemitteilung

Entmündigen der E-Commerce-Nutzer, sondern eine intelligente Integration der zur Gruppe gehörenden Möbelshops“, sagt Johannes Altmann, Geschäftsführer Shoplupe und E-Commerce Berater. „Zentral können die präsentierten Artikel den beteiligten Händlern zugeordnet werden, zugleich kann jeder Händler eigene Artikel auf der Plattform anbieten. Die intelligente Umsetzung der komplexen Lösung ist ein Beispiel für die vielfältigen Möglichkeiten im Multichannel-Commerce.“ Das Dienstleistungsunternehmen Unit M realisierte die Lösung, die auf OXID eShop Enterprise Edition basiert.

Gewinner B2B: zajadacz.de

Neben dem OXID eShop Professional Edition bietet der Großhändler für Elektrotechnik, Zajadacz, auch eine Mobile App für iPhone und iPad. Der Shop vertreibt rund 80.000 Produkte: „Er ist ein überzeugendes Beispiel, wie ein Großhändler mit einem anspruchsvollen Shop die Kundenbindung im B2B-Bereich stärken kann“, sagt Prof. Dr. Martin Hepp, Geschäftsführer Hepp Research GmbH. "Interessant ist, wie die Nutzer in die Prozesse integriert werden – der Kunde kann beispielsweise direkt von der Baustelle Produkte nachbestellen. Insgesamt gibt es mehrere Gründe für den Preis: Die Lösung ist technisch anspruchsvoll, denn es werden Bestände in 25 Lagerorten laufend im Shop abgebildet, für die es parallel auch Bestandsänderungen durch Selbstabholer gibt. Für einen Teil der Produkte erfolgt die Preisberechnung nicht statisch, sondern jeder Kunde erhält individuelle Preise, die auch von Weltmarktpreisen für Rohstoffe abhängen. Zudem ist die mobile Applikation keine Spielerei, sondern erweist über den integrierten Barcodeleser zur Direktbestellung per Scan einer Leerverpackung einen echten Mehrwert.“ Der Shop wurde realisiert von der top concepts GmbH.

Gewinner Markenhersteller: closed.com

Der Markenhersteller Closed integriert Onlineshop und Unternehmenspräsentation: „Der Shop ist ein Webauftritt, wie er cooler kaum sein kann. Wir sehen eine Lösung, der ganz ungezwungen einen

Pressemitteilung

Markenshop integriert“, sagt Prof. Martin Aichele von der Hochschule Furtwangen University. „Der freundliche Look, eine hanseatische Zurückhaltung, ohne dass das ganze kalt wirken würde, sondern stylisch aber stilvoll. Der Shop ist authentisch, lässig und macht richtig Laune. Aber es genügt eben nicht, hipp zu sein – sondern die anspruchsvolle Zielgruppe verlangt eine profunde Kommunikation. So bekommt der Käufer zum Beispiel eine Mail, sobald der gewünschte Artikel verfügbar ist. Auch das Crossselling ist elegant gelöst.“ Der auf OXID eShop Community Edition basierte Shop stammt von der Agentur Superreal.

Gewinner Multichannel: sport-schuster.de

Das Sporthaus Schuster verkauft seine Ware in der bekannten Münchener Filiale sowie über den gleichnamigen Onlineshop. „Ehrlich, authentisch und freundlich ist der Shop. Shop und Filiale sprechen ein einheitliches Design. Echte Sportler geben die Wertungen ab, das macht den Shop glaubwürdig. Auch kleine Spielereien sind zu finden, beispielsweise gibt es einen Warenrucksack, anstatt eines Warenkorbes. Insgesamt eine überzeugende Multichannel-Lösung“, sagt Laudator Johannes Altmann. Die Norisk GmbH unter Einsatz von Celebros realisierten die Lösung auf OXID eShop Enterprise Edition.

Neues Konzept im Lebensmitteleinzelhandel

Neben der Preisverleihung und den zahlreichen Sessions zu Commerce-Modellen und Software-Entwicklung stellte OXID eine neue Lösung für das Ladengeschäft vor. Der Lebensmitteleinzelhändler Emmas Enkel setzt OXID eShop POS ein, um den Kunden das Einkaufen zu erleichtern. Auf dem touchsensitiven Bildschirm (42“) suchen sie sich die Waren aus und holen wenig später die gepackten Einkaufstüten an der Kasse ab oder lassen sie sich nach Hause liefern. Die Lösung wurde von mehreren Partnern umgesetzt. Die Hardware „Polytouch“ stammt von der Pyramid Computer GmbH. OXID eSales programmierte die Software OXID eShop POS; diese ist kompatibel zu OXID eShop Enterprise Edition, über den Emmas Enkel seine Produkte bereits online verkauft. people interactive gestaltete das

Pressemitteilung

Flash-Frontend, die Backend-Integration realisierte SALT Solutions. Im Pilotprojekt verschmelzen stationärer Handel und E-Commerce – weltweit erstmalig mithilfe der PayPal-QRShopping App.

OXID Unconference

Nach den OXID Commons trafen sich am Freitag (25. Mai) rund 70 Entwickler zur OXID Unconference in den Jazz & Rock Schulen Freiburg. Dort tauschten sie Programmier- und Projekterfahrungen aus, diskutierten mit OXID eSales über die Entwicklungsroadmap der OXID Produkte, besprachen Pläne und nächste Schritte für laufende Community Projekte, sowie neue Herangehensweisen und Ideen für künftige Vorhaben.

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,

Pressemitteilung

D-79098 Freiburg

e-mail: caroline.helbing@oxid-esales.com

fon: +49 (0) 761 36889 214