

E-Commerce, Web Controlling, Web Monitoring

Intares: Online-Anbieter verschenken Milliarden Schwache Web-Shops vergraulen kaufwillige Kunden

Hamburg, 24. November 2004

Rund 2,1 Milliarden Euro Umsatz sind den Anbietern von Waren im Internet im ersten Halbjahr 2004 allein in Deutschland verloren gegangen, so eine Studie des F.A.Z.-Instituts und der novomind AG. Etwa 40 Prozent der Kunden hätten ihre Einkaufstour im Web wegen Problemen mit Technik oder Performance abgebrochen. Genau hier setzt der Hamburger Web-Monitoring-Spezialist Intares an. Er gibt Online-Anbietern detaillierte Daten an die Hand, mit denen sie die Schwachstellen ihrer Websites aufdecken und ihre Online-Präsenz systematisch optimieren können.

Die Ergebnisse der F.A.Z.-Studie sind erfreulich und ernüchternd zugleich: Da setzen die Internet-Kaufhäuser im Weihnachtsgeschäft 2003 satte 25 Prozent des gesamten Jahresumsatzes im deutschen Einzelhandel um. Da steigen die Einnahmen der Online-Shops im ersten Halbjahr 2004 auf 5,3 Milliarden Euro – im Vorjahreszeitraum lag dieser Wert noch bei 3,8 Milliarden Euro.

Und dennoch, oder vielleicht gerade deshalb, vergraulen sie fahrlässig Kunden durch eklatante Mängel in ihren Web-Auftritten: Unübersichtliche oder schlecht bedienbare Shops und technische Probleme, die zu einem langsamen Seitenaufbau führen, bremsen allzu viele Online-Käufer aus. Nur jeder sechste (16 Prozent) der befragten Online-Käufer, so die Studie, gab an, bislang noch keinen Online-Kauf abgebrochen zu haben.

Dem gegenüber habe jeder dritte Kunde (33 Prozent) schon mal eine Online-Einkaufstour abgebrochen, weil er die gesuchte Information nicht finden konnte. Und drei von zehn Nutzern ließen sich vom Kauf abhalten, weil sie den Bestellvorgang als zu umständlich empfanden. Mehr als jeder fünfte befragte Online-Kunde (21 Prozent) gab an, er habe auf einen Kauf verzichtet, weil er den Warenkorb oder die Kasse nicht finden konnte.

„Nur die Profis werden gewinnen“

Dietrich Koch, Geschäftsführer Marketing und Vertrieb von Intares: „Die Wachstumsraten sind unmissverständlich: Der Markt für Online-Shopping geht jetzt in die heiße Wachstumsphase. Allerdings werden wir in den nächsten Jahren erleben, dass sich die Kunden mehr und mehr von Shops abwenden, deren Betreiber sich nicht konsequent an den Nutzerbedürfnissen orientieren.“

Um den Kunden nicht zu verprellen, reiche es längst nicht mehr, einen Online-Auftritt am „gesunden Menschenverstand“ auszurichten. „Dazu ist das Thema zu komplex.“ Vielmehr seien systematische Analysen des Nutzerverhaltens, regelmäßiges Aufspüren von Schwachstellen – inhaltlich wie technisch – und die ständige Optimierung der Website nötig. „Wer damit nicht jetzt beginnt, läuft Gefahr, von der Web-Shopping-Welle überrollt zu werden, statt erfolgreich auf ihr zu reiten“, so

Dietrich Koch. „Zu den Gewinnern der nächsten Jahre wird gehören, wer an seinen Online-Auftritt hoch professionelle Maßstäbe anlegt.“

Die Web-Monitoring-Services von Intares bieten die Basis, um eine Website zielgerichtet und kostenoptimal im laufenden Betrieb, aber auch schon in der Planungsphase, zu verbessern. Dietrich Koch: „Mit unseren Tools weiß der Betreiber jederzeit Bescheid, wie die Kunden seine Website erleben und wann und an welcher Stelle er eingreifen muss. Nicht zu vergessen: Er kann schneller als in jedem anderen Medium adäquat reagieren, wenn sich das Nutzerverhalten ändert. Auf diese Weise stellt er sicher, dass seine Website nie aus dem Ruder läuft und stets optimale Ergebnisse bringt.“

Mehr Informationen zum Thema können Kunden und Interessenten unentgeltlich bei Intares anfordern – per Mail (info@intares.net) oder über <http://www.intares.net>.

Über Intares (www.intares.net):

Die Intares GmbH mit Sitz in Hamburg versteht sich als Partner für hochwertige Internet-Auftritte. Das Unternehmen bietet seit 1999 Spezialdienstleistungen zu Performance-Überwachung, Web-Controlling und Business Hosting im professionellen Bereich an. Die von Intares angebotenen Dienste geben den Vertriebs- und Marketing-Verantwortlichen objektive und detaillierte Daten zur Beurteilung der Effizienz ihres Online-Angebots an die Hand und bieten damit die Grundlage zur Steuerung der Internet-Aktivitäten und zu größtmöglicher Kosten/Nutzen-Effizienz in diesem Bereich. Bei Bedarf entwickelt Intares gemeinsam mit seinen Kunden individuelle Lösungen und übernimmt den nachfolgenden Regelbetrieb.

Die Dienstleistungen von Intares beruhen auf drei Säulen:

- Inhaltlich unterstützt der Web Controlling Dienst *Intares-MQS* die Anbieter der Inhalte durch eine komplexe Nutzungs-Analyse ihres Internet-Angebots.
- Auf technischer Ebene wird die Web-Performance der von Intares oder von Dritten betriebenen Internet-Auftritte durch den webbasierten Monitoring-Dienst *Intares-TQS* beweisbar gemacht.
- Als Business Hosting Anbieter betreibt Intares für seine Kunden qualitativ hochwertige Internet-Auftritte (*Intares-MHS*).

Kundenkontakt:

Intares GmbH
Heidenkampsweg 101
20097 Hamburg
Tel.: 040 / 236 138-0
Fax: 040 / 236 138-33
E-Mail: info@intares.net
Web: <http://www.intares.net>

Pressekontakt:

digit media
Herbert Grab
Tel.: 07127 / 9787-10
Mail: herbert.grab@digitmedia-online.com