

Online-Shops setzen auf die weibliche Kaufkraft

07.03.2006, 11:11 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *novomind AG*

Presseagentur: *Faktenkontor GmbH*

Die Online-Händler blicken optimistisch auf das kommende Jahr. Nicht zu Unrecht: 92 Prozent der Branchenexperten rechnen mit einem Umsatzwachstum beim Verkauf von Waren und Dienstleistungen über das Internet. Das ergab eine Online-Befragung des Softwarehauses novomind und der Fachzeitschrift „E-Commerce-Magazin“. Besonders die Kaufkraft der weiblichen Internetnutzer ist nach Ansicht von Experten noch nicht ausgeschöpft. 39,1 Prozent der Frauen bummeln in den Online-Shops, bei den Männern sind es fast fünf Prozent weniger.

Wer im E-Commerce auf die Wünsche der Frauen setzt, investiert in ein Geschäft mit Zukunft: Innerhalb von drei Jahren ist die Zahl der Europäerinnen, die im Netz einkaufen, von 17 Millionen auf 27,4 Millionen gestiegen. Doch die weibliche Klientel ist anspruchsvoll. Schon bei der Handhabung des Online-Shops sollten Unternehmen der Damenwelt daher entgegenkommen. 42 Prozent der Käuferinnen klagen über technische Probleme während des Bestellvorgangs. Bei 13 Prozent der Kundinnen führen diese sogar zu einem Bestellabbruch. novomind-Lösungen beseitigen technische Hürden und machen E-Shops zum Einkaufserlebnis nicht nur für Frauen. Auf der diesjährigen CeBIT stellt das Unternehmen seine Softwarelösungen für Onlinehändler in Halle 5 Stand B 18 vor (bei Intershop).

novomind AG, Bramfelder Strasse 121, 22305 Hamburg

Pressekontakt: Susanne Baganz, Faktenkontor GmbH,

Tel.: 040/2 27 03 -73 82, Fax: 040/2 27 03 - 33 82

E-Mail: susanne.baganz@faktenkontor.de, Internet: www.novomind.com

Portrait

Das Hamburger Softwarehaus novomind ist das am schnellsten wachsende Unternehmen auf den Gebieten elektronische Kundenkommunikation und Mail-Management. Als führender Anbieter innovativer Lösungen für die digitale Kundenkommunikation bietet die novomind AG Software für einen serviceorientierten und personalisierten Umgang mit dem Kunden. Dabei werden spürbare Effizienzsteigerungen bei der Kundenadministration sowie ein schneller Return on Investment erreicht. Zum Leistungsportfolio der Geschäftseinheit Products gehört die novomind Self Service Suite™. Das Softwarepaket enthält alle für ein Customer Service Center notwendigen Kommunikationsmodule auf Basis einer zentralen Wissensbasis: E-Mail-Management, virtuelle Kundenberatung sowie Systeme zur interaktiven Echtzeit-Kommunikation. Mit seiner Geschäftseinheit Services realisiert die novomind AG komplexe E-Business-Applikationen. Über 40 namhafte Unternehmen haben sich bereits für novomind Technologie entschieden, darunter die Citibank, Otto, Yello Strom sowie die Deutsche Rentenversicherung. Der Club Bertelsmann, EnBW und Mexx, aber auch die öffentliche Hand wie z.B. der Deutsche Bundestag oder das Bundeswirtschaftsministerium setzen bereits erfolgreich auf novomind Systeme zur Verstärkung ihrer Kundenkommunikation, Umsatzsteigerung und Öffentlichkeitsarbeit.

News-ID: 79164 • Views: 92 (Stand: 13.10.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/79164/Online-Shops-setzen-auf-die-weibliche-Kaufkraft.html>