

Ekosport setzt bei internationalen Websites auf Intershop 7

- ▶ **Führender Ski- und Outdoor-Händler aktualisiert Online-Shop in 15 Ländern**
- ▶ **Intershop bestätigt Wachstumspläne für den französischen Markt**

Jena, Deutschland/Paris, Frankreich, 2. Juni 2014 – Der führende Ski- und Outdoor-Spezialist Ekosport setzt bei seinen internationalen Online-Shops auf die Omni-Channel-Commerce-Plattform von Intershop. Der französische Fachhändler für Sportartikel wird eine bisher genutzte, intern entwickelte E-Commerce-Software durch die Intershop-7-Plattform ersetzen und mit der neuen Website gleichzeitig in 15 Ländern online gehen, darunter in Frankreich, Deutschland, Italien, Russland, Spanien und Großbritannien. Die neue Website soll im Spätsommer starten.

Gleichzeitig mit der Bekanntgabe des neuen Lizenzkunden bekräftigt Intershop seine Wachstumsstrategie für den französischen Markt. Frankreich ist neben Deutschland, Großbritannien, den Benelux-Ländern und den USA eine von fünf ausgewiesenen Kernregionen, auf die sich Intershop fokussiert. Intershop plant bis zum Ende des Jahres sowohl das Team vor Ort als auch den Kundenstamm in Frankreich zu verdoppeln. Um die Wachstumsziele zu erreichen und die Marktposition im mittleren und oberen Kundensegment zu festigen, ist Intershop auf der Suche nach neuen Partnern, die das Unternehmen bei der Akquisition und Implementierung der Commerce-Plattform für B2C- und B2B-Kunden unterstützen. Intershop stärkt zudem sein Führungsteam in Frankreich durch die Ernennung von Kamel Tansaout, der seit März das Vertriebsteam in Paris leitet.

„Der französische Markt bietet große Chancen, weil Unternehmen kontinuierlich ihre E-Commerce-Kanäle überarbeiten, neu erfinden und danach streben, ihren Kunden echte Omni-Channel-Commerce-Erfahrungen zu bieten. Für Unternehmen hierzulande ist insbesondere die Internationalisierung ein großes Thema, da sie feststellen, dass sie über die Landesgrenzen hinaus wachsen müssen, um wettbewerbsfähig zu bleiben“, erklärt Kamel Tansaout.

Intershop stärkt aktuell das Produktgeschäft und legt dabei einen größeren Fokus auf den Vertrieb der firmeneigenen Technologien vor allem im mittleren Kundensegment sowie

darauf, neue Kunden durch starke Partnerschaften zu gewinnen. Diese werden durch lokale, flexible Vertriebseinheiten in strategischen Märkten wie Frankreich unterstützt.

„Als einziger unabhängiger Plattformanbieter und mit einer bewährten Technologie, die sich durch Innovation, Flexibilität und Skalierbarkeit vom Markt abhebt, sind wir optimistisch, im stark wachsenden französischen E-Commerce-Markt weitere Marktanteile gewinnen zu können“, kommentiert Axel Köhler, Senior Vice President Global Sales and Marketing, die neue Marketinginitiative in Frankreich.

Über Intershop:

Intershop Communications AG (gegründet 1992; Prime Standard: ISH2) ist der führende unabhängige Anbieter innovativer und umfassender Lösungen für den Omni-Channel-Commerce. Das Unternehmen bietet leistungsstarke Standardsoftware für den Vertrieb über das Internet sowie alle zugehörigen Dienstleistungen, inklusive des Online-Marketings. Darüber hinaus übernimmt Intershop im Auftrag seiner Kunden die gesamte Prozesskette des Online-Handels einschließlich Fulfillment. Weltweit setzen über 500 große und mittelständische Unternehmen und Organisationen auf Intershop. Zu ihnen zählen u. a. HP, BMW, Bosch, Deutsche Telekom und Mexx. Intershop hat seinen Sitz in Deutschland (Jena) und unterhält Niederlassungen in den USA, Europa, Australien und China. Weitere Informationen über Intershop erhalten Sie im Internet unter www.intershop.de.

Diese Mitteilung enthält Aussagen über zukünftige Ereignisse bzw. die zukünftige finanzielle und operative Entwicklung von Intershop. Die tatsächlichen Ereignisse und Ergebnisse können von den in diesen zukunftsbezogenen Aussagen dargestellten bzw. von den nach diesen Aussagen zu erwartenden Ergebnissen signifikant abweichen. Risiken und Unsicherheiten, die zu diesen Abweichungen führen können, umfassen unter anderem die begrenzte Dauer der bisherigen Geschäftstätigkeit von Intershop, die geringe Vorhersehbarkeit von Umsätzen und Kosten sowie die möglichen Schwankungen von Umsätzen und Betriebsergebnissen, die erhebliche Abhängigkeit von einzelnen großen Kundenaufträgen, Kundentrends, den Grad des Wettbewerbs, saisonale Schwankungen, Risiken aus elektronischer Sicherheit, mögliche staatliche Regulierung, die allgemeine Wirtschaftslage und die Unsicherheit bezüglich der Freistellung gegenwärtig verfügbungsbeschränkter liquider Mittel.

Intershop Pressekontakt:

Heide Rausch

Tel: +49.3641.50-1000, pr@intershop.de, www.intershop.de/newsroom