

Sigma und Intershop gehen Partnerschaft ein

Jena, 8. Oktober 2012 – Sigma ist mit Intershop, einem international führenden Anbieter von E-Commerce-Software, eine strategische Partnerschaft eingegangen. Ziel der Zusammenarbeit ist es, vor allem in den nordischen Ländern eine erstklassige E-Commerce-Lösung anzubieten. Diese ist verbunden mit Implementierungskapazitäten und -modellen eines in Skandinavien führenden System-Integratoren. Dadurch können E-Commerce On-Demand-Lösungen für große Kunden auf der ganzen Welt angeboten werden.

„Unser Ziel ist es, Sigma als einen führenden Anbieter im E-Commerce-Sektor und damit verbundener Prozesse zu etablieren“, sagt Sigma CEO Håkan Karlsson. „Durch die Partnerschaft mit Intershop ergeben sich Chancen für Kunden, die Dienstleistungen aus einer Hand wünschen und daher einen Geschäftspartner suchen, der sowohl Expertise im E-Commerce mitbringt als auch über die Kapazitäten verfügt, größere Projekte durchzuführen. Dies bieten wir, indem wir die Verantwortung für den Betrieb, die Administration und den 24/7-Support mit globaler Abdeckung übernehmen.“

„Großkunden, die in einem internationalen Umfeld aktiv sind, können sich sicher sein, einen Implementierungspartner an ihrer Seite zu haben, der über kurz- wie auch langfristige Lieferkapazitäten verfügt“, fügt Håkan Karlsson hinzu. „Zudem haben wir ein Leistungspaket entwickelt, um E-Commerce-Funktionalitäten auf Basis der Intershop-Plattform anzubieten. Denn diese betrachten wir als marktführend, nicht nur wenn es um Skalierbarkeit und Performance geht. Wir werden zusätzlich auch mit weiteren Dienstleistern entlang der Wertschöpfungskette zusammenarbeiten, um die komplette Bandbreite an E-Commerce-Dienstleistungen anbieten zu können.“

„Wir sind stolz darauf, von Sigma als Partner in Sachen E-Commerce ausgewählt worden zu sein“, sagt Intershop CEO Jochen Moll. „Unsere Partnerschaft ist eine perfekte Kombination höchster Qualität im Software- und Dienstleistungsbereich. Die Zusammenarbeit ist Teil unserer Strategie, Intershops Partnernetzwerk international auszubauen. Wir beginnen in den nordeuropäischen Ländern und prüfen gleichzeitig eine mögliche Expansion unserer gemeinsamen Aktivitäten in der EMEA-Region. So können wir Sigmas Ressourcen nutzen, um Infrastruktur anzubieten, von der aus europaweit Neukunden Intershop-Lösungen nutzen können.“

Für weitere Informationen zu Sigmas Produkten und Dienstleistungen im E-Commerce oder die Zusammenarbeit mit Intershop kontaktieren Sie bitte:

Fredrik Larsson, Strategic Partnerships Manager, Sigma AB (Publ)

fredrik.larsson@sigma.se

+46 733 207 313

Geert Berckmans, Regional Director EMEA, Intershop Communications AG

g.berckmans@intershop.com

+32 475 81 04 85

Über Intershop:

Intershop Communications AG (gegründet 1992; Prime Standard: ISH2) ist ein führender Anbieter innovativer und umfassender E-Commerce-Lösungen. Das Unternehmen bietet leistungsstarke Standardsoftware für den Vertrieb über das Internet sowie alle zugehörigen Dienstleistungen an. Umfassende Online-Marketing-Services liefert die Intershop-Tochter SoQuero. Darüber hinaus übernimmt Intershop im Auftrag seiner Kunden die gesamte Prozesskette des Online-Handels einschließlich Fulfillment. Mit der Transaktionsplattform der 100-prozentigen Tochter TheBakery profitieren Geschäftspartner darüber hinaus von einem übergreifenden Bestell-, Lieferanten-, Produkt- und Vertriebskanal-Management.

Weltweit setzen über 500 große und mittelständische Unternehmen und Organisationen auf Intershop. Zu ihnen zählen u. a. HP, BMW, Bosch, Otto, Deutsche Telekom und Mexx. Intershop hat seinen Sitz in Deutschland (Jena) und unterhält Niederlassungen in den USA, Europa und Australien. 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/news