

Intershop und Shopatron gehen Partnerschaft für Flexibilität und Fulfillment im Multi-Channel-Commerce ein

- **Intershop-Kunden profitieren von Shopatrons ausgefeilten Order Management-Features**
- **Shopatron-Kunden profitieren von der Intershop-Plattform für agilen Cross-Channel-Commerce**

Jena, 19. Dezember 2012 – [Intershop](#) hat heute die Partnerschaft mit [Shopatron](#), einem US-amerikanischen E-Commerce-Technologie-Unternehmen, bekannt gegeben. Die Zusammenarbeit bündelt die Kompetenzen der beiden Commerce-Spezialisten bei Software und Dienstleistungen für Multi-Channel-Vertrieb und Order-Management-Lösungen.

Shopatrons Kunden profitieren von Intershops umfassender Commerce-Plattform, die darauf ausgelegt ist, jeden Aspekt im Multi-Channel E-Business zu unterstützen – heute wie auch in Zukunft. Mit der ausgereiften Commerce-Lösung von Intershop können Shopatron-Kunden flexibel auf die sich ständig wandelnden wie komplexen Anforderungen ihrer Kunden reagieren.

Jochen Moll, Mitglied und Sprecher des Vorstands der Intershop Communications AG:

„Durch die Partnerschaft mit Shopatron wird die Leistungsvielfalt der Intershop 7 zusätzlich erweitert, um alle denkbaren Kanäle zu Kunden, Partnern und Lieferanten zu unterstützen. Die aus der Partnerschaft resultierende Multi-Channel-Lösung bringt für Hersteller, Händler und Kunden gleichermaßen Mehrwert, indem sie ihnen die zusätzliche Option bietet, die Commerce-Lösung mit speziellen Fulfillment-Features zu kombinieren.“

„Unsere Partnerschaften mit großartigen Commerce-Unternehmen wie Intershop untermauern, dass Shopatron die Plattform der Wahl ist, um das Stationärgeschäft in eine E-Commerce-Strategie zu integrieren“, sagt Shopatron-Gründer und -Geschäftsführer Ed Stevens.

Shopatron und Intershop haben eine Schnittstelle zwischen den jeweiligen Plattformen entwickelt und werden diese schlüsselfertige Lösung vermarkten und umsetzen. Durch die

Integration der Shopatron-Lösung für Order Management „Shopatron Manufacturer“ in Intershop 7 können Markenhersteller online verkaufen und die daraus resultierenden Bestellungen an lokale Einzelhändler zur Abholung durch die Kunden weiterleiten. Mit Shopatrons Multi-Channel-Lösung „Shopatron Retailer“ können über die Intershop 7 Bestellungen aus Warenzentren, einschließlich Filialen und Distributionszentren, abgewickelt werden.

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