

■ Artikel der aktuellen Ausgabe 15 vom 11.04.2003

**Westfalia schaltet neuen Onlineshop frei**  
**gro 11.04.2003**

Am Mittwoch vor-vergangener Woche hat die Westfalia Werkzeug Company ihren neuen Onlineshop freigeschaltet (ich berichtete über den Relaunch vorab in Ausgabe 1/2003). Wesentliche Aufgabe beim Relaunch war es - neben der Implementierung eines neuen Shopsystems und des zugehörigen Content Management Systems - den vielen unterschiedlichen Zielgruppen eine einheitlich ansprechende Verkaufsumgebung zu schaffen. Außerdem sind die Metatexte der unterschiedlichen Seiten jeweils für Suchmaschinen zu optimieren.

Das war eines der großen Probleme bei der bislang eingesetzten Intershop-Software. Nun hat sich Westfalia für die modulare Portal- und E-Commerce-Lösung MFC\_Commerce 4.0 der Düsseldorfer Marketing-Factory entschieden. Bekannt ist diese durch das Heimwerker-Angebot "heimwerker.de", das heute von OBI@Otto betrieben wird. Vielleicht wichtigster Vorteil für mittlere Versender: MFC\_Commerce 4.0 ist komplett als Open-Source programmiert worden. Damit kann Westfalia im Falle eines Falles die Software selber weiterprogrammieren und ist nicht auf den Support der Marketing-Factory angewiesen.

Gegenüber den bunten Westfalia-Katalogen nimmt sich die Homepage fast so nüchtern aus wie ein Beamten-Schreibtisch neben einem Bauchladen. Und doch sind die wesentlichen Elemente - viele attraktive Verkaufsangebote auf jeder Seite - für das Internet adaptiert worden. Zusatzangebote werden künftig auf Grundlage einer Datamining-Software der Chemnitzer Prudsys AG während der Produktauswahl und im Warenkorb zugesteuert.

Die Kunden scheinen mit dem neuen Auftritt zufrieden. Mehr als 10.000 Rücksendungen auf eine Nutzerbefragung ergaben sehr gute Bewertungen für Übersichtlichkeit, Informationsbreite und - wichtig - den Einkaufsprozess vom Produkt bis hinter die Kasse. In diesem Punkt lobten 94,2 % der Antwortenden den neuen Shop mit "sehr gut" oder "gut".