

Kontakt zur Pressemitteilung:

ECC Köln
c/o IFH Institut für Handelsforschung GmbH
Christina Fingerhut

Tel.: +49 (0) 221 94 36 07-92
Fax: +49 (0) 221 94 36 07-59
c.fingerhut@ifhkoeln.de

www.ifhkoeln.de
www.ecckoeln.de

Markenfans recherchieren mobil – Fashion beim Herstellerkauf vor Consumer Electronics

Studie des ECC Köln in Zusammenarbeit mit Demandware zeigt: Consumer Electronic-Produkte werden weit seltener beim Hersteller gekauft als Mode. Bei CE sprechen vor allem ausführlichere Informationen und Services für den Herstellerkauf, bei Mode die größere Auswahl. Mobiloptimierung für Markenhersteller besonders relevant.

Köln, 09. Juli 2013 – Immer mehr Markenartikelhersteller suchen über den Direktvertrieb den unmittelbaren Zugang zum Kunden. Und obwohl Markenprodukte weiterhin mehrheitlich über den Handel bezogen werden, zieht es die Konsumenten vor allem im Bereich Mode auch direkt zu den Verkaufsstellen der Hersteller – online genauso wie offline. Eine Sonderauswertung der Studie „Cross-Channel beim Kauf von Markenartikeln – Wie Konsumenten Kanäle kombinieren“ des E-Commerce-Center Köln (ECC Köln) am Institut für Handelsforschung in Zusammenarbeit mit Demandware zeigt, dass Konsumenten Fashion-Produkte (26,1 % der Käufe) online häufiger beim Hersteller bestellen als Produkte aus dem Bereich Consumer Electronics (16,6 %). Stationär zeigt sich ein noch deutlicherer Unterschied: Während rund 27 Prozent der Konsumenten Modeprodukte üblicherweise direkt in einem Ladengeschäft der Marke kaufen, sind dies bei Consumer Electronics lediglich 7,4 Prozent. „Dass im Bereich Fashion die Anbieterwahl häufiger auf Hersteller fällt, liegt auch daran, dass bisher nur wenige CE-Hersteller überhaupt mit eigenen Online-Shops oder stationären Geschäftsstellen vertreten sind. Hier besteht noch deutliches Differenzierungspotenzial“, erklärt IFH-Geschäftsführer Dr. Kai Hudetz.

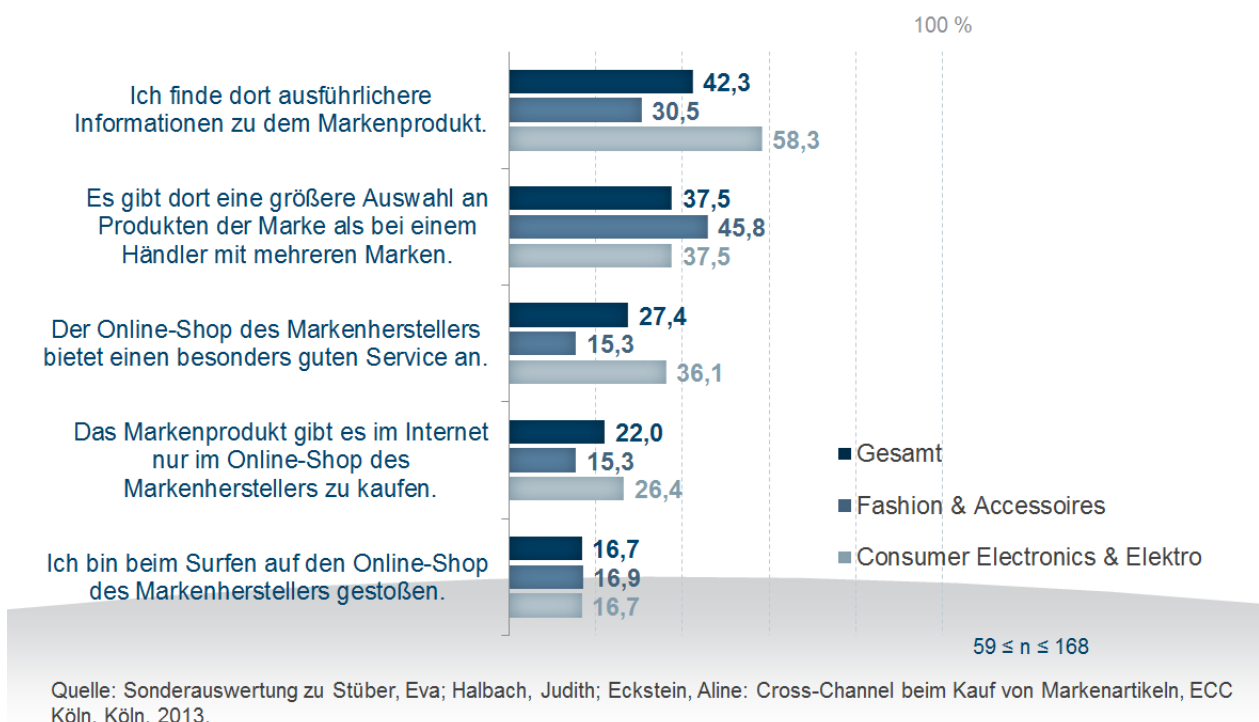
Informationen und Service sind Gründe für den Herstellerkauf bei Consumer Electronics

Entscheiden sich Konsumenten für den Kauf bei einem Hersteller liegt dies im Bereich Consumer Electronics vor allem an den ausführlicheren Produktinformationen. Rund 58 Prozent der Befragten geben an, aus diesem Grund im Online-Shop des Herstellers gekauft zu haben. Bei Mode hingegen geben die Informationen nur für knapp ein Drittel der Befragten den Ausschlag für die Online-Bestellung beim Hersteller. Auch Serviceleistungen sind den befragten Konsumenten beim Kauf von CE im Internet (36,1 %) deutlich wichtiger als beim Fashion-Shopping (15,3 %). Im Bereich Mode überzeugen die Hersteller online vor allem mit der größeren Auswahl an Produkten ihrer Marke im Vergleich zu einem Händler, der mehrere Marken führt. Knapp 46 Prozent der Konsumenten gaben an, dass dies der ausschlaggebende Grund für die Bestellung im Online-Shop des Herstellers gewesen sei. Auch für den stationären Kauf in der Filiale eines Herstellers sind bei Consumer Electronics Informationen und Service – bei Mode hingegen eher die Auswahl – entscheidend.

Informationssuche: Personen mit hoher Markenaffinität recherchieren häufiger mobil

In der Studie wurden verschiedene Konsumententypen anhand ihrer Markenaffinität unterschieden. Die Analyse zeigt, dass vor allem Personen mit hoher Markenaffinität vor der Online-Bestellung (11,1 %) oder dem stationären Kauf (6,9 %) Informationen mit ihrem Smartphone oder Tablet recherchieren. Sie tun dies deutlich häufiger als die wenig markenaffinen Personen, für die die mobile Suche eine untergeordnete Rolle spielt. Für Markenhersteller ist es daher von großer Bedeutung ihre Websites und Online-Shops speziell für mobile Endgeräte zu optimieren, um die Informationssuche für ihre potenziellen Kunden möglichst einfach zu gestalten. „Die Ergebnisse der ECC-Studie spiegeln unsere Erfahrungen aus dem internationalen Online-Handel wider. Dennoch sind viele Hersteller hierzulande mit den Ansprüchen und Erwartungen der Konsumenten nicht vertraut. Umso wichtiger ist es für Markenhersteller, sich schnellstmöglich mit dem Thema zu beschäftigen und so keine Chancen ungenutzt zu lassen“, so Lars Rabe Senior Director European Retail Practice bei Demandware.

Gründe für Kauf im Online-Shop eines Markenherstellers (in %)



Wörter der Meldung: 522

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 3.930

Über die Studie:

Das ECC Köln hat für die Studie „Cross-Channel beim Kauf von Markenartikeln – Wie Konsumenten Kanäle kombinieren“ im August 2012 gemeinsam mit der Demandware GmbH 1.015 deutsche Online-Shopper zu ihrem Kaufverhalten bei Markenprodukten befragt. Dabei standen unter anderem folgende Aspekte im Fokus: Über welche Kanäle kaufen Konsumenten Markenartikel hauptsächlich ein? Aus welchen Gründen entscheiden sich Konsumenten dafür den Direktvertrieb von Markenherstellern zu nutzen? Wie ist das Informationsverhalten von Markenkäufern vor dem Kauf? Welche Cross-Channel-Services sind für Markenkäufer besonders interessant? Neben der Ergebnisse der Konsumentenbefragung wurden Expertenmeinungen berücksichtigt.

[Hier finden Sie weitere Informationen zur Studie und den Bestellmöglichkeiten.](#)

Die kostenlose Executive Summary zur Studie erhalten Sie unter <http://www.demandware.de/campaign/ecc-handel-2013>.

Über das E-Commerce-Center (ECC) Köln

Als Schnittstelle zwischen Wissenschaft und Praxis bietet das Institut für Handelsforschung seit 1929 neutrale Analysen und Strategieberatung für Händler, Hersteller und Dienstleister. Das ECC Köln fokussiert dabei den Einfluss des Internets auf die Handelslandschaft. Die Erfolgsfaktoren des E-Commerce werden in Studien und Auftragsprojekten analysiert. In Zusammenarbeit mit den Kollegen des IFH Köln werden diese Erkenntnisse in den Kontext eines effizienten Cross-Channel-Managements gesetzt. Hierfür greifen die Experten des ECC Köln auf alle gängigen Methoden der Marktforschung zurück, interpretieren die Analyseergebnisse und unterstützen Unternehmen dabei Managemententscheidungen vorzubereiten und abzusichern. Unsere Kunden profitieren von der Kanalexpertise des ECC Köln und dem Branchen Know-how des IFH Köln.

Weitere Informationen unter www.ecckoeln.de oder www.ifhkoeln.de

Über Demandware

Demandware, eines der führenden E-Commerce-Unternehmen, ermöglicht erfolgsorientierten Markenherstellern und Händlern, sich schneller an den sich stetig verändernden Handel anzupassen und damit schneller zu wachsen und erfolgreicher zu werden. Die cloudbasierte Enterprise-E-Commerce-Plattform von Demandware reduziert Kosten und vereinfacht den weltweiten Betrieb über alle Kanäle. So ermöglicht sie dem Handel, sich schnell und agil an den neuen Möglichkeiten des Markts zu orientieren und kontinuierlich den Erwartungen der Endkunden zu entsprechen.

Für weitere Informationen besuchen Sie bitte www.demandware.de oder schicken Sie eine E-Mail an info@demandware.de.