

PRESSEMITTEILUNG

Kontakt:

ECC Köln
Christina Fingerhut
Leiterin Unternehmenskommunikation

Tel.: +49 (0) 221 94 36 07-92
Fax: +49 (0) 221 94 36 07-99
c.fingerhut@ifhkoeln.de

www.ecckoeln.de

ECC-Markenmonitor: PBS-Branche setzt auf stationäres Händlernetz

Topmarken der PBS-Branche unterstützen mit ihren Websites das stationäre Händlernetz. Das zeigt der aktuelle ECC-Markenmonitor in Zusammenarbeit mit Commerce Connector. Der Online-Direktvertrieb ist dagegen wenig verbreitet. In puncto Service besteht oft noch Nachholbedarf, überzeugen können jedoch insbesondere Lamy, Herma und Pelikan.

Köln, 30. April 2015 – In der Branche für Papier-, Büro- und Schreibwaren (PBS) ist der Online-Direktvertrieb wenig verbreitet, wie die Ergebnisse des aktuellen ECC-Markenmonitors in Zusammenarbeit mit Commerce Connector zeigen. Mit Lamy, Stabilo und Filofax werden aktuell drei der untersuchten Marken über einen eigenen Online-Shop vertrieben. Pelikan, Faber-Castell, Herma, Leitz, Staedtler und Sigel verweisen Kaufinteressierte stattdessen an andere Online-Händler wie Amazon oder Otto Office. Auch edding bietet diese Online-Weiterleitung in einem Sortimentsbereich an.

Starke Händlernetzunterstützung

Die Unterstützung des stationären Händlernetzes ist in der PBS-Branche dagegen weit verbreitet: Neun von zehn untersuchten Markenwebsites halten Informationen zu lokalen Händlern bereit, bei denen man ihre Produkte erwerben kann – auch wenn die Händlersuche bei Staedtler und edding nur für Teile des Sortiments möglich ist. Lamy, Stabilo, Faber-Castell, Leitz, Sigel, Staedtler und edding haben zudem interaktive Karten implementiert, auf denen das nächstgelegene Geschäft komfortabel gesucht werden kann.

„Dass nahezu alle Hersteller sowohl Online-Kaufoptionen bieten als auch über stationäre Händler informieren, ist aus Endkundenperspektive sehr komfortabel und hilfreich – gerade in einer Branche mit breiten Sortimenten wie PBS“, so Markus Röse, Geschäftsführer der Commerce Connector GmbH.

Insbesondere Lamy, Herma und Pelikan punkten mit Services für Eltern und Schüler

In Sachen Service zeigen einige Websites noch deutliches Potenzial. Überzeugen können jedoch insbesondere die Online-Präsenzen von Lamy, Herma und Pelikan. So bietet Lamy eine App an, die Kinder beim Schreibenlernen unterstützt. Mit der Herma-App können passgenau Schutzumschläge für bestimmte Schulbücher gesucht werden. Die Pelikan-Website punktet mit einem Servicebereich, in dem Eltern schulpflichtiger Kinder Tipps und Tricks rund um die Schulzeit ihrer Sprösslinge erhalten.

„Zusätzliche Inhalte wie Ratgeber steigern den Mehrwert einer Website erheblich und zahlen auf die Kundenbindung ein. Dazu bieten sich z. B. auch Angebote zur Individualisierung der Produkte an – das ist gerade bei einem hohen Standardisierungsgrad wie in der PBS-Branche eine elegante Möglichkeit, um eine emotionale Bindung zur Marke zu schaffen“, so Dr. Eva Stüber, Leiterin Research & Consulting ECC Köln.

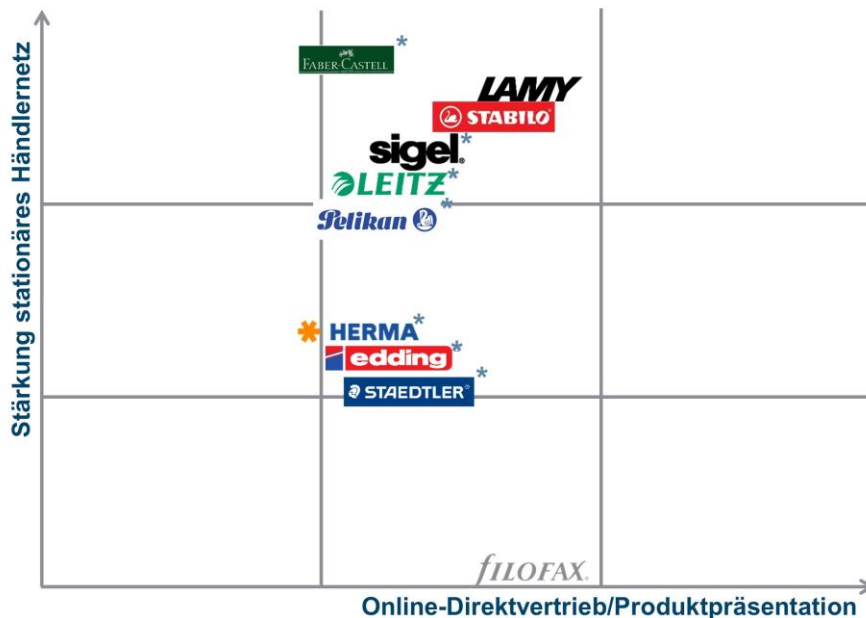
[Hier finden Sie weitere Informationen zu den aktuellen Ergebnissen des ECC-Markenmonitors.](#)

Stärkung des Händlernetzes vs. Online-Direktvertrieb Die 10 Topmarken Papier, Büro und Schreibwaren im Vergleich

ECC KÖLN
ONLINE EXPERTS

in Zusammenarbeit mit

 **Commerce Connector**
turns image into commerce



* ohne eigenen
Online-Shop

Erhebung: März - April 2015

Quelle: ECC Köln, 2015

Wörter der Meldung: 373

Zeichen der Meldung (inkl. Leerzeichen): 2.862

Über den ECC-Markenmonitor

Der ECC-Markenmonitor untersucht, inwieweit Markenhersteller einerseits ihr Händlernetz durch Promotion auf ihrer Marken-Website unterstützen und inwieweit sie andererseits ihre Produkte über einen eigenen Online-Shop vertreiben. Hierfür werden ausgewählte Branchen analysiert, wobei jeweils zehn Topmarken in die Analyse einbezogen werden. Die Ergebnisse der Analyse ermöglichen eine grobe branchenspezifische Eingliederung der Herstellermarken in ein Portfolio.

[Hier finden Sie weitere Branchenauswertungen des ECC-Markenmonitors.](#)

Über das ECC Köln

Das ECC Köln ist Experte für Handel im digitalen Zeitalter. Eingebunden in das renommierte IFH Köln und sein großes Netzwerk begleiten die Experten des ECC Köln den E-Commerce bereits seit 1999. Händler, Hersteller und Dienstleister profitieren von der hohen Methodenkompetenz, den umfangreichen Marktdaten und dem strategischen Know-how des engagierten Teams. Das ECC Köln erstellt Forschungsarbeiten und anerkannte Studien zu wichtigen Zukunftsthemen des Handels wie Cross-Channel-Management, Mobile Commerce oder Payment. In unternehmensspezifischen Projekten werden Kunden bei konkreten strategischen Fragen rund um E-Commerce- und Cross-Channel-Strategien, die Entwicklung neuer Märkte und Zielgruppen oder Fragen der Kanalexzellenz unterstützt.

Weitere Informationen unter www.ecckoeln.de

Über Commerce Connector

Die Commerce Connector GmbH mit Sitz in Stuttgart ist Ansprechpartner für Markenhersteller, in allen Fragen rund um die erfolgreiche Umsetzung von E-Commerce Lösungen mit dem Fokus auf Handelsintegration. Das Ziel dabei ist, Interessenten von der Markenwebsite zum Kauf bei den Handelspartnern zu führen – online sowie offline. Durch die direkte Verlinkung von Herstellerwebsites und Online-Shops hat sich Commerce Connector in den letzten Jahren zu einem der größten Netzwerke von Markenherstellern und Onlinehändlern in Europa entwickelt. Neben der „Online kaufen“ Funktion, die Commerce Connector Online bietet, erfahren Endkunden über die hochwertigen Bezugsquellenverzeichnisse in Commerce Connector Local, wo sie Produkte stationär erwerben können.

Weitere Informationen unter www.commerce-connector.com