

**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](http://www.ecckoeln.de)

## **Websites von Fahrradmarken: Vertrieb über stationären Handel im Fokus**

*Der aktuelle ECC-Markenmonitor in Zusammenarbeit mit Commerce Connector zeigt: Markenwebsites der Fahrradbranche stützen den Vertrieb über stationäre Händler. Der Online-Direktvertrieb ist kaum verbreitet. Einige Websites können ihre Produktpräsentation noch optimieren. U. a. Scott und Cannondale liefern hierfür Best-Practice-Beispiele.*

**Köln, 30. Juli 2015** – Top-Fahrradmarken nutzen ihren Online-Auftritt vorwiegend, um den Vertrieb über stationäre Händler zu fördern. Das zeigt der aktuelle ECC-Markenmonitor in Zusammenarbeit mit Commerce Connector. Das Ergebnis der Analyse von zehn Markenwebsites der Fahrradbranche: Mit Prophete setzt nur eine Marke auf einen eigenen Online-Shop. Die übrigen untersuchten Websites – von Winora, Gazelle, Scott, Grace, Diamant, Cannondale, Cube, Hercules und Panther – konzentrieren sich dagegen ausschließlich darauf, Kaufinteressenten in den stationären Handel zu leiten.

Diese neun Fahrradmarken nutzen interaktive Karten, um Websitebesuchern die Suche nach einem passenden Händler zu erleichtern; fünf davon arbeiten sogar mit einer automatischen Standorterkennung. Welche konkreten Händlerinformationen zur Verfügung stehen, unterscheidet sich jedoch von Website zu Website. So informiert Hercules über die Öffnungszeiten der Ladengeschäfte und Diamant hält Informationen zu Serviceleistungen einzelner Händler bereit. Scott punktet mit einem Filter, über den Händler nach Sortimentsgruppen angezeigt werden können.

„Der starke Fokus auf stationäre Händler erfordert eine benutzerfreundliche Überleitung von der Website ins Ladengeschäft. Wichtig ist, die Händlersuche so informativ und komfortabel wie möglich zu gestalten, bspw. durch Angaben zu Serviceleistungen und dem Produktsortiment. Hier können einige Fahrradmarken noch nachbessern“, so Markus Röse, Geschäftsführer der Commerce Connector GmbH.

### **Gemischtes Bild bei Produktpräsentation**

In puncto Produktpräsentation zeigt der ECC-Markenmonitor bei einigen Websites noch Luft nach oben. Nur fünf der zehn untersuchten Online-Auftritte bieten eine Filterfunktion an, um Kaufinteressenten die Produktsuche zu erleichtern. Unter anderem Prophete, Cube und Cannondale liefern mit ihrer Produktpräsentation Best-Practice-Beispiele. So bieten Prophete und Cube 360-Grad-Ansichten der Fahrräder bzw. Produktvideos an. Bei Cannondale können Kaufinteressenten auf Fahrerprofile zurückgreifen, die die Fahrradauswahl erleichtern.

„Auch ohne eigenen Online-Shop ist die Online-Produktpräsentation wichtig. Fast ein Viertel aller Käufe in stationären Geschäften wird durch den Besuch von Markenwebsites vorbereitet. Es gilt, die eigenen

Produkte benutzerfreundlich und zielgruppengerecht darzustellen, um im weiteren Kaufprozess relevant zu bleiben“, rät Dr. Eva Stüber, Leiterin Research & Consulting, ECC Köln.

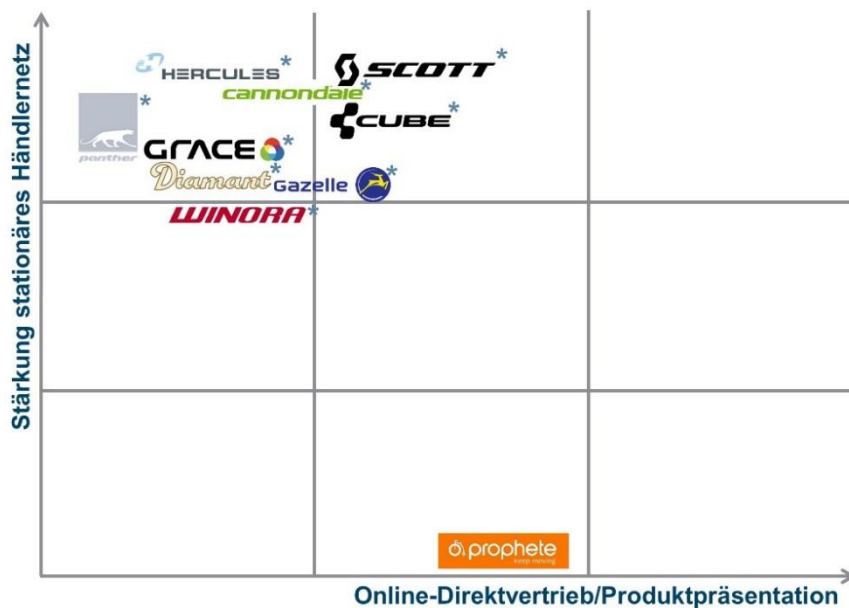
[Hier finden Sie weitere Ergebnisse des aktuellen ECC-Markenmonitors.](#)

## Stärkung des Händlernetzes vs. Online-Direktvertrieb Die 10 Topmarken Fahrräder

**ECC** KÖLN  
ONLINE EXPERTS

in Zusammenarbeit mit

**COMMERCE CONNECTOR**



\* ohne eigenen  
Online-Shop

Erhebung: Juli 2015

Quelle: ECC Köln, 2015

Wörter der Meldung: 359

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 2.937

### 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 den 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 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](http://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](http://www.commerce-connector.com)