

Kontakt:

ECC Köln
Juliane Mischer
Unternehmenskommunikation

Tel.: +49 (0) 221 94 36 07-23
Fax: +49 (0) 221 94 36 07-99
presse@ifhkoeln.de

www.ecckoeln.de

Der Weg zum passenden Grill: Markenwebsites könnten bei Produktsuche und Kauf noch besser unterstützen

Besuchern von Websites der Top-Grillmarken kann die Produktauswahl und der Kauf oft noch erleichtert werden. Das zeigt der aktuelle ECC-Markenmonitor in Zusammenarbeit mit Commerce Connector. Nur wenige Marken bieten Filterfunktionen o. ä. an. Zwei Marken haben weder einen eigenen Online-Shop, noch verweisen sie auf andere Online-Händler oder stationäre Geschäfte. Best Practices liefern u. a. Weber, Thüros und Rösle.

Köln, 20. August 2015 – Nicht alle Topmarken für Grillgeräte unterstützen Besucher ihrer Websites optimal bei Auswahl und Kauf eines passenden Produktes. Das zeigt der aktuelle ECC-Markenmonitor, für den das ECC Köln gemeinsam mit Commerce Connector die Web-Auftritte von zehn Grill-Topmarken unter die Lupe genommen hat: Rösle, Weber, Thüros, Burny, Severin, Broil King, Outdoorchef, Napoleon, Landmann und Tepro.

Die Präsentation der Produkte kann zwar generell überzeugen, in Sachen Usability besteht allerdings noch Luft nach oben. So bieten zum Beispiel nur Weber und Burny Filterfunktionen an, um die Produktsuche zu erleichtern. Ein Best Practice in Sachen Produktauswahl liefert Napoleon: Grillrituale werden unterhaltsam und spielerisch abgefragt, worauf eine Produktempfehlung ausgesprochen werden kann. „Die Mehrheit der untersuchten Marken setzt Videos ein, um ihre Grills zu präsentieren. Aus Konsumentensicht ist das sehr zu begrüßen, ebenso wie Zoomfunktionen und 360-Grad-Ansichten. Dies hilft Kaufinteressenten, sich ein möglichst realistisches Bild des Produktes zu machen“, so Dr. Eva Stüber, Leiterin Research & Consulting, ECC Köln.

Vier Marken mit eigenem Online-Shop – Sieben Marken leiten zu stationären Händlern weiter

Bei vier der untersuchten Marken – Rösle, Weber, Thüros und Burny – kann der gewählte Grill über einen eigenen Online-Shop erworben werden. Rösle und Thüros sowie Severin, Broil King und Outdoorchef verweisen Websitebesucher zudem an andere Online-Shops wie Amazon oder bbq24.de, wo die Markenprodukte verfügbar sind.

Auf eine Weiterleitung von Kaufinteressenten zu Ladengeschäften setzen sieben der zehn Topmarken: Rösle, Weber, Thüros, Severin, Broil King, Outdoorchef und Napoleon halten Informationen zu stationären Händlern, die ihre Produkte anbieten, bereit. Auch wenn grundlegende Kontaktdaten wie Telefonnummern bei allen sieben Marken zur Verfügung stehen, zeigt sich hier teilweise noch Optimierungspotenzial. „Wünschenswert ist insbesondere die Implementierung einer interaktiven Karte, die das nächstgelegene Geschäft anzeigt, bei

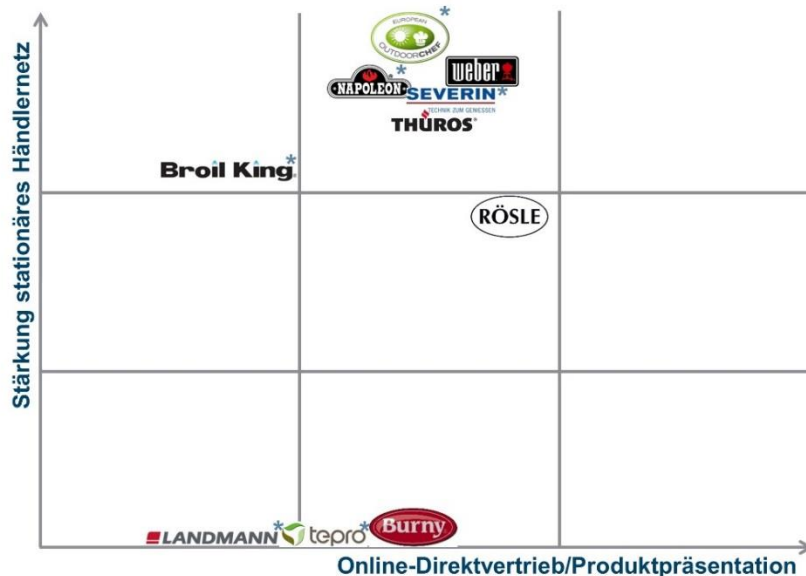
dem der Wunsch-Grill verfügbar ist. Dies erspart Kaufinteressenten eine langwierige Suche, die im Zweifel bei einem Wettbewerber endet“, so Markus Röse, Geschäftsführer der Commerce Connector GmbH. Aktuell bieten fünf der untersuchten Marken die Händlersuche via Karte an.

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

**Stärkung des Händlernetzes vs. Online-Direktvertrieb
Die 10 Topmarken Grill**



in Zusammenarbeit mit



* ohne eigenen Online-Shop

Erhebung: Juli/August 2015
Quelle: ECC Köln, 2015

Wörter der Meldung: 393
Zeichen (inkl. Leerzeichen): 2.946

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

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