

Kontakt:

ECC Köln
Christina Fingerhut
Leiterin Unternehmenskommunikation

Tel.: +49 (0) 221 94 36 07-92

Fax: +49 (0) 221 94 36 07-99

presse@ifhkoeln.de

www.ecckoeln.de

Topmarken für Heimnetzwerke: Vertrieb über Händler dominiert

Der aktuelle ECC-Markenmonitor in Zusammenarbeit mit Commerce Connector zeigt: Die Topmarken für Heimnetzwerke nutzen ihre Websites nur selten für den Online-Direktvertrieb, weisen aber sowohl auf Online-Händler als auch auf das stationäre Händlernetz hin. Nur Western Digital und devolo verbinden Direktvertrieb und Händlernetzunterstützung. Service ist insbesondere auf After Sales Support ausgelegt.

Köln, 22. September 2015 – Online-Direktvertrieb vs. Unterstützung des stationären Händlernetzes – für die Mehrheit der Topmarken für Heimnetzwerke ist dies eine eindeutige Entweder-Oder-Entscheidung. Das zeigt der aktuelle ECC-Markenmonitor in Zusammenarbeit mit Commerce Connector. Nur zwei der zehn untersuchten Marken nutzen ihren Web-Auftritt sowohl, um Produkte über einen eigenen Online-Shop zu vertreiben, als auch, um Kaufinteressenten in den stationären Handel zu leiten.

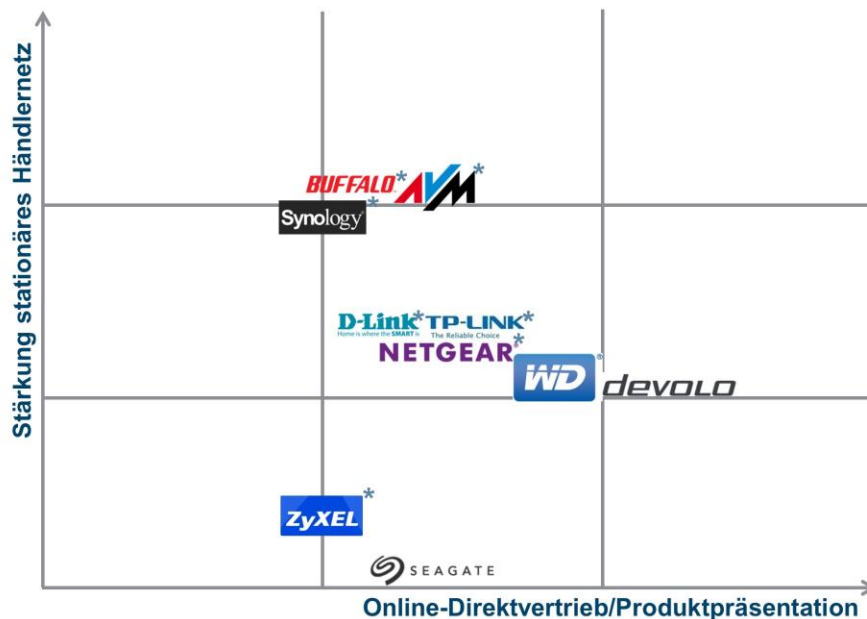
Die Mehrheit der untersuchten Marken vertreibt online nicht selbst, sondern setzt hingegen auf andere Online-Händler oder den stationären Handel. Bei der Händlernetzunterstützung gibt es allerdings deutliche Unterschiede. Zum Beispiel, wie komfortabel die stationäre Händlersuche gestaltet ist. So empfiehlt ZyXEL einen stationären Händler erst, nachdem Kaufinteressenten ihre Kontaktdaten hinterlassen haben. Western Digital, TP-Link, Netgear und D-Link weisen auf Fachhandelsketten wie Saturn oder Arlt hin, ohne jedoch Angaben zu Kontaktmöglichkeiten zu machen. Positivbeispiele sind hingegen AVM, Buffalo, und devolo, die interaktive Karten implementiert haben. Bei AVM werden stationäre Geschäfte sogar inklusive Warenverfügbarkeit angezeigt. „Durch Cross-Channel-Services wie den Check der Warenverfügbarkeit können Hersteller die Online- und Offline-Welt sehr gut verbinden, Endkunden einen echten Mehrwert bieten und Abverkäufe im stationären Händlernetz steigern“, so Markus Röse, Geschäftsführer der Commerce Connector GmbH.

Service mit Fokus auf After Sales Support

Alle zehn untersuchten Marken fokussieren ihr Serviceangebot auf den After Sales Support. So können Kunden zusätzliche Software zu ihrem Produkt oder auch Apps, mit denen sich Netzwerkgeräte steuern lassen, über die Websites herunterladen. Acht von zehn Topmarken bieten zudem ein eigenes Forum an, in dem Probleme von der Community diskutiert und kollektiv gelöst werden können. „Aktuelle Studienergebnisse zeigen, dass Communitys eine sinnvolle Ergänzung zu Servicemitarbeitern sein können. Je nach Thema kontaktieren Online-Shopper lieber andere Kunden als Shop-Mitarbeiter, so zum Beispiel bei Tipps zur Produktnutzung“, so Sabrina Mertens, Leiterin ECC Köln.

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

Stärkung des Händlernetzes vs. Online-Direktvertrieb Die 10 Topmarken Heimnetzwerk



* ohne eigenen
Online-Shop

Erhebung: August/September 2015

Quelle: ECC Köln, 2015

Wörter der Meldung: 348

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 2.750

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