

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 Küchenkleingeräte: Kaum umfassender Online-Direktvertrieb

Im Bereich Küchenkleingeräte bieten nur wenige Topmarken ihr gesamtes Sortiment über einen eigenen Online-Shop an. Das zeigt der aktuelle ECC-Markenmonitor in Zusammenarbeit mit Commerce Connector. Die Weiterleitung zum stationären Handel kann teils benutzerfreundlicher gestaltet werden. Die Produktpräsentation überzeugt.

Köln, 29. Oktober 2015 – Umfassender Online-Direktvertrieb ist nur für wenige Topmarken aus dem Bereich Küchenkleingeräte ein Thema. Das zeigt der aktuelle ECC-Markenmonitor in Zusammenarbeit mit Commerce Connector. Die Analyse von zehn Markenwebsites zeigt: Neun Herstellermarken betreiben einen eigenen Online-Shop – aber einzig WMF, Russell Hobbs und Philips bieten das vollständige Sortiment online zum direkten Kauf an. Kunden von Siemens, AEG, Severin, Kitchenaid, Bosch und Krups können online ausschließlich Zubehör und Ersatzteile direkt vom Hersteller erwerben. DeLonghi verzichtet gänzlich auf den Online-Direktvertrieb.

Alle untersuchten Websites verweisen auf das stationäre Händlernetz. Wie viele Informationen zur Verfügung gestellt werden, variiert jedoch. So nennt Russell Hobbs zum Beispiel nur Handelsketten wie Saturn oder Media Markt, wo Interessenten weiterführende Informationen einholen müssen. Benutzerfreundlicher agieren unter anderem Siemens, Bosch und Severin: Sie bieten Karten mit einer automatischen Standorterkennung an; Geschäfte in der Nähe werden somit direkt angezeigt. AEG stellt sogar Informationen zu den Sortimenten der jeweiligen Händler bereit und WMF hat einen Verfügbarkeitscheck für die eigenen Stores in den Internetauftritt integriert.

„Konsumenten sollten dort abgeholt werden, wo sie sich informieren – und das passiert häufig online. Kanalverknüpfende Informationen auf der Website helfen Marken dabei, Kunden ganzheitlich zu informieren und Abverkäufe in den eigenen Filialen sowie bei stationären Handelspartnern zu steigern“, so Markus Röse, Geschäftsführer der Commerce Connector GmbH.

Intuitive und ansprechende Produktpräsentation

Alle untersuchten Markenwebsites präsentieren die Produkte professionell und anwendungsbezogen. Die Artikel sind häufig in anwendungsorientierten Kategorien – beispielsweise „Frühstück“ – sortiert, so dass der Suchprozess intuitiv erscheint. Auch Videos der Küchenkleingeräte in Aktion oder Rezeptvorschläge sind oft zu finden.

„Damit erreichen die untersuchten Marken direkt die Lebenswelt der Konsumenten und können so ihre Produkte nicht nur ansprechend und intuitiv präsentieren, sondern auch Inspiration schaffen – und diese wird online immer wichtiger“, so Sabrina Mertens, Leiterin des ECC Köln.

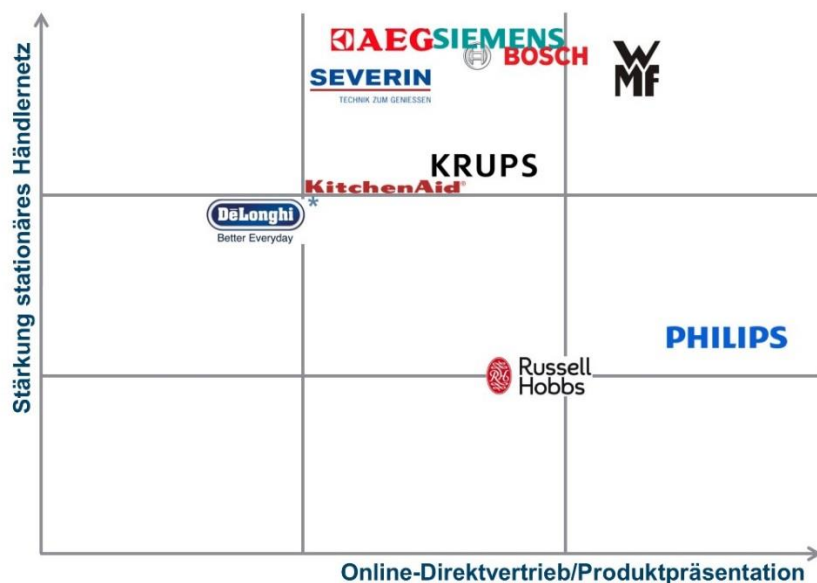
[Hier finden Sie weitere Ergebnisse des aktuellen ECC-Markenmonitors.](#)

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

ECC KÖLN
ONLINE EXPERTS

in Zusammenarbeit mit

COMMERCE CONNECTOR



* ohne eigenen
Online-Shop

Erhebung: Oktober 2015

Quelle: ECC Köln, 2015

Wörter der Meldung: 333

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 2.678

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