

Kontakt:

ECC Köln
Christina Fingerhut
Leiterin Unternehmenskommunikation

Tel.: +49 (0) 221 94 36 07-92
presse@ifhkoeln.de

www.ecckoeln.de

ECC-Markenmonitor: Kein Online-Direktvertrieb bei Möbel-Topmarken

Der aktuelle ECC-Markenmonitor in Zusammenarbeit mit Commerce Connector zeigt: Topmarken der Kategorie Möbel und Einrichten verzichten auf den Online-Direktvertrieb über ihre Websites. Der Fokus liegt auf dem stationären Händlernetz. Kanalverzahnung mit Potenzial.

Köln, 17. Dezember 2015 – Topmarken aus der Kategorie Möbel und Einrichten nutzen ihre Websites nicht, um Produkte direkt zu vertreiben. Das zeigen die Ergebnisse des aktuellen ECC-Markenmonitors in Zusammenarbeit mit Commerce Connector. Keine der zehn untersuchten Möbelmarken – Nobilia, ALNO, Häcker, Nolte, Hülsta, Hettich, Himolla, Optifit, Wellemöbel oder Rauch – betreibt einen eigenen Online-Shop. Bei Hettich können lediglich registrierte Händler Ersatzteile direkt online bestellen. Auf alternative Online-Shops verweist ebenfalls keine der untersuchten Websites.

„Dass keine der untersuchten Marken den Online-Kauf direkt unterstützt oder einleitet, überrascht. Dieser gewinnt auch bei Möbeln immer mehr an Bedeutung und erfolgreiche Player zeigen, wie das Einkaufserlebnis im digitalen Umfeld attraktiv gestaltet werden kann“, so Markus Röse, Geschäftsführer der Commerce Connector GmbH.

Fokus auf stationärem Vertrieb

Der Vertriebsfokus der untersuchten Markenwebsites liegt klar auf dem stationären Handel. Alle zehn Webauftritte liefern Informationen, in welchen Geschäften vor Ort ihre Produkte erworben werden können. Allerdings gibt es teils deutliche Unterschiede, wie komfortabel Websitebesucher passende stationäre Geschäfte finden können. So muss bei Optifit und Häcker zunächst ein Kontaktformular ausgefüllt werden. Bei Rauch, Hettich, Hülsta, Himolla, Nolte und Wellemöbel finden Kaufinteressenten dagegen nach wenigen Klicks die Kontaktangaben auf einer interaktiven Karte. Hülsta und Rauch zeigen zudem an, welche Sortimente der jeweilige Händler anbietet.

Beratung: Kanalverknüpfung wünschenswert

Keine der untersuchten Markenwebsite bietet an, Beratungstermine bei stationären Händlern zu vereinbaren.

„Möbel und Küchen sind beratungsintensive Produkte, die online bisher unterdurchschnittlich präsent sind. Die Möglichkeit, über den Webauftritt Beratungstermine zu vereinbaren, ist nicht nur ein zielgruppenfokussierter Service, sondern auch ein schöner Brückenschlag zwischen Online- und stationärer Welt“, so Dr. Eva Stüber, Leiterin Research und Consulting, ECC Köln.

Um Kunden direkt online bei der Planung ihrer Wohn- oder Kücheneinrichtung zu unterstützen, bieten sechs von zehn untersuchten Marken ein Raumplanungstool an. Websitebesucher können sich damit eine Vorstellung davon verschaffen, wie Möbel im Raum sinnvoll positioniert werden können.

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

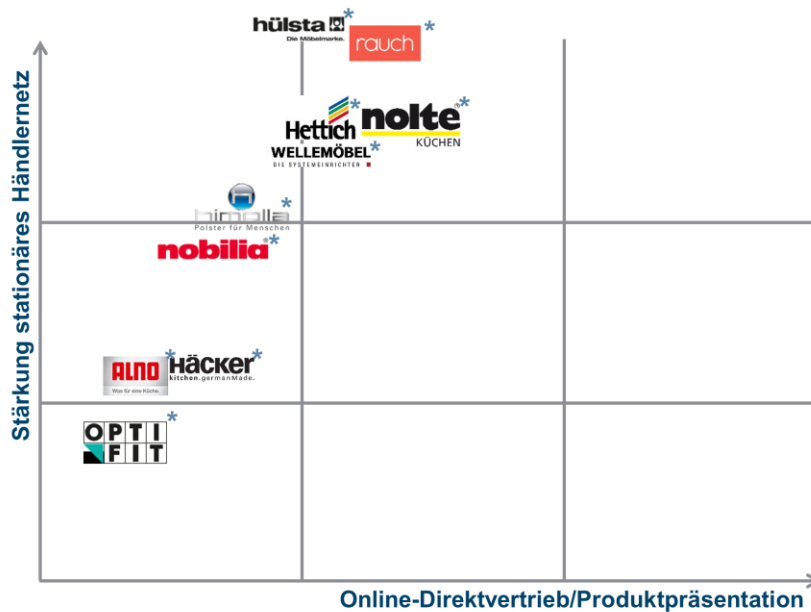
Wörter der Meldung: 345

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 2.774

Stärkung des Händlernetzes vs. Online-Direktvertrieb Die 10 Topmarken Möbel und Einrichten



in Zusammenarbeit mit



* ohne eigenen Online-Shop

Erhebung: November/ Dezember 2015

Quelle: ECC Köln, 2015

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