

eBay – Neue Konzepte Showtime für Marken

Individuelle Marketingstrategien bei eBay

Montag, 06.08.2018

Mehr als 300 Markenhersteller setzen ihre Produkte mittlerweile bewusst bei eBay in Szene. Dabei greifen sie nicht nur auf ausgewählte Vertriebspartner zurück, sondern präsentieren ihre Angebote auch selbst in markeneigenen Showrooms auf dem weltweiten Online-Marktplatz.

Fast fünf Jahre ist es her, dass eBay sein Partnerprogramm für Marken und Hersteller eingeführt hat. Möbelmarkt berichtete in der Oktober-Ausgabe 2013 vom Start der eBay-Initiative für starke Marken im Online-Handel. Heute nehmen bereits über 300 Marken teil, darunter viele Möbel- und Haushaltsmarken. Wie ist das erfolgreiche eBay-Programm heute aufgestellt und welche Vorteile bietet es Marken?

Online-Marktplatz als Wachstumspartner für Marken

Markenhersteller stellen besondere Anforderungen an den Online-Handel, denn die Qualitätsmerkmale ihrer Premiumprodukte sollen auf allen Vertriebswegen bestehen bleiben. Viele Markenhersteller wollen einerseits die hohe Reichweite und den Traffic der Online-Plattformen für die Erschließung neuer Kundenkreise nutzen. Andererseits befürchten sie, dass durch den vermeintlich unkontrollierten Vertrieb über Online-Marktplätze ihr Marken-Image und das Preisniveau ihrer Produkte verwässert werden könnten.

Dieses Dilemma hat eBay bereits damals erkannt und ein Partnerprogramm entwickelt, das die nahtlose Fortführung des besonderen Markenerlebnisses auf dem weltweiten Online-Marktplatz gewährleistet. Bei eBay finden Marken im Partnerprogramm ausgereifte Lösungen wie das Programm „Autorisierte Händler“ oder eine individuell gestaltbare Markenwelt, die das Design und die Philosophie der Marke übernimmt.

Markenvertrauen im Online-Handel stärken

Mit der Teilnahme am eBay-Programm „Autorisierte Händler“ können Markenhersteller bei eBay selbst bestimmen, welche Händler ihre ausgewählten Produkte verkaufen sollen. Die Angebote dieser Händler kennzeichnet eBay mit dem Logo des Herstellers, das sie als autorisierte Händler für die Marke ausweist. Durch die Einbindung des Logos in die Artikelseite ist für Käufer auf den ersten Blick ersichtlich, dass es sich um einen offiziellen Vertriebspartner der Marke handelt. Das schafft Vertrauen. Die Kunden verbinden mit autorisierten Händlern eine große Produktkompetenz, erweiterte Herstellergarantien und eine Auswahl an qualifizierten Serviceleistungen. Das trägt auch zur Schärfung des Händlerprofils als Vertriebspartner bei.

Konsequente Umsetzung der eigenen Markenphilosophie

Darüber hinaus können Hersteller eigene Markenwelten bei eBay kreieren. Im exklusiven Rahmen einer eigenen Landingpage können Marken ihre charakteristische Markenphilosophie inszenieren. Nur ausgewählte Händler, die die Produkte der Marke auf dem eBay-Marktplatz zum Verkauf anbieten, werden darin angezeigt. So können Hersteller bei freier Wahl des Designs, des Inhalts und der Angebote

einen eigenen Showroom auf dem Online-Marktplatz einrichten, ohne selbst als Verkäufer tätig werden zu müssen. Nutzer gelangen dabei über verschiedene Kanäle wie die Suchleiste, Kategorienseiten, Banner oder über Links in der Markenwelten-Übersichtseite auf die individuelle Landingpage. Zudem bewirbt eBay die Markenwelten gezielt, beispielsweise wenn ein Nutzer bei eBay.de nach der Marke sucht. Seit dem Start des Programms hat eBay seine Leistungen anhand der Anforderungen der Marken und Konsumenten sukzessive ausgebaut. Durch gezielte Marketing-Programme, wie den in diesem Jahr eingeführten eBay Marken-Gutscheinen, wird die Sichtbarkeit des Markensortiments weiter erhöht. Hersteller können mit diesem Coupon-Programm ein- bis zweiwöchige Rabattaktionen für ausgewählte Markenprodukte durchführen. Die Kampagnen werden von eBay aktiv auf dem deutschen Online-Marktplatz sowie auf den zahlreichen Webseiten der eBay-Partner beworben.

Bedeutung von Online-Marktplätzen wächst

Der E-Commerce wird zunehmend zum Wachstumsmotor des gesamten Handels. Dabei wird die Bedeutung von Online-Marktplätzen auch für Premiummarken und -hersteller immer wichtiger. Laut dem Bundesverband für E-Commerce und Versandhandel Deutschland e. V. (bevh) wird über Online-Marktplätze fast die Hälfte der Gesamtumsätze im deutschen Interaktiven Handel (Online-Handel und klassischer Versandhandel) erwirtschaftet (bevh, Q2/2018). Einen erheblichen Anteil davon bündelt eBay mit allein 17 Millionen aktiven Käufern in Deutschland – weltweit sind es 175 Millionen. Zusammen mit eBay Kleinanzeigen konzentriert der deutsche eBay-Marktplatz 42% aller Online-Shopping-Minuten deutscher Online-Käufer auf sich (INNOFACT Online-Panel/OC&C-Analyse, 2017).

In diesem dynamisch wachsenden Umfeld bietet eBay eine Plattform, die sowohl Käufern als auch Verkäufern und Herstellern signifikante Mehrwerte bietet. Wie der Online-Marktplatz zeigt, lässt sich das stationäre System der eigenen Markenshops und exklusiven Handelspartner auch im Multichannel-Handel umsetzen. Marken, Hersteller und Händler finden bei eBay die richtigen Tools und Services, mit denen sie online eine noch größere Zielgruppe ansprechen, dabei gleichzeitig ihre Markenphilosophie bewahren und das Markenvertrauen ihrer Kunden stärken können. Marken und Hersteller, die sich für das Partnerprogramm des eBay-Marktplatzes interessieren, können über markenwelt@ebay.com direkt mit eBay in Kontakt treten.

Showtime für Marken

Links

- [eBay](#)

Downloads

- [MM0818_089_BF_PR_Ebay.pdf](#)