



Versandhausberater

Strategien und Analysen für E-Commerce,
Katalogmarketing und Mobile Shopping



Die Top-Themen der Woche:

Nr. 49 vom 5. Dezember 2014

B2B-E-Commerce:

Gute Aussichten Seite 2

Recht:

Neue Verordnung tritt in Kraft Seite 4

Multichannel:

Freie Wahl des Paketversenders Seite 6

Trend Watch:

Urteil zur Sonntagsarbeit Seite 8



Sehr geehrte Damen und Herren, wer glaubt, der Katalog habe endgültig ausgedient, der geht dabei vielleicht von einem Katalog aus, der sich nicht

verändert hat. Doch das Gegenteil ist der Fall. Statt nüchterner Produkt- und Bestellskataloge sind heute emotional anregende Warenpräsentationen gefragt – das gilt für den B2C wie für den B2B-Bereich gleichermaßen. Wenn dies umgesetzt wird und der moderne Katalog überdies in die Omnichannel-Strategie eingebunden ist, wird dieser auch seine Wirkung entfalten: Er wird beim Onlineshopper das Interesse an Produkten wecken, Käufe initialisieren und schließlich die Kundenbindung erhöhen und bildet somit ein wichtiges Scharnier zwischen Offline und Online. Dies belegen aktuelle Zahlen: Deutlich mehr als die Hälfte der Onlineshopper blättert in Katalogen, um sich inspirieren zu lassen. Rund ein Drittel hat beim Online-Kauf einen Katalog vor sich liegen. Dass viele Versandhändler den Stellenwert des Katalogs hoch einschätzen, zeigen die verbesserten Laufzeiten nach deren Anforderung. Und dies belegen auch die beeindruckenden Beispiele der diesjährigen Preisverleihung zum Katalog des Jahres auf der Neocom.

Mit freundlichen Grüßen,

Markus Howest, Chefredakteur
„Der Versandhausberater“
chefredaktion@versandhausberater.de

Katalogbestellung: Die Laufzeiten der B2C-Versender (2)

Während wir in der vergangenen Ausgabe darüber berichtet haben, wie schnell B2C-Versender die telefonisch angeforderten Printkataloge verschickt haben, zeigen wir Ihnen diesmal die Ergebnisse der Katalog-Anforderung über das Internet. Der Test macht deutlich, wie schnell die insgesamt 175 Versandhändler aus dem B2C-Bereich reagiert haben.

Die gemeinsame Analyse des **Versandhausberaters** und der auf Qualitätsmonitoring spezialisierten **AC Süppmayer GmbH** kommt zu folgendem Ergebnis: Die von uns untersuchten Versandhändler in Deutschland haben durchschnittlich 5,7 Werktagen benötigt, um einen über das Web angeforderten Katalog an potenzielle Kunden auszuliefern. Damit hat sich die Laufzeit klar verbessert: Im Vorjahr haben die B2C-Versandhändler noch 7,9 Werktagen gebraucht.

Für die Untersuchung wurden im August dieses Jahres an drei verschiedenen Tagen in der Zeit von 9 bis 14 Uhr insgesamt 175 Versandhändler kontaktiert, die an Endverbraucher verkaufen (B2C-Bereich). Um die Anonymität der Kontrollpersonen zu gewährleisten, haben wir uns zuvor mit AC Süppmayer darauf geeinigt, die von uns verwendeten Adressdaten nicht bekannt zu geben.

Nach Ablauf von vier Wochen Wartezeit wurde die Erhebung beendet. Bis zu dem Zeitpunkt sind 153 von den angeforderten 175 Katalogen eingetroffen. Das entspricht einer Zustellquote von 87 Prozent (Vorjahr: 92 Prozent bei 155 angeforderten Katalogen). Die Minimal-Laufzeit von nur einem Werktag wurde von 18 Versendern (2013: drei Versender) erreicht, was einem Anteil an allen Kataloganforderungen von zwölf Prozent entspricht (Vorjahr: zwei Prozent). Damit hat sich auch die Minimal-Laufzeit deutlich verbessert. Wichtiger Hinweis: Bei unserem Test handelt es sich nicht um einen allgemeingültigen Benchmark, sondern um eine Momentaufnahme aus der Perspektive eines potenziellen Kunden. Leider konnten wir in dieser Ausgabe wegen des begrenzten Seitenumfanges nicht die einzelnen Daten der Händler unterbringen. Die Details stehen Ihnen aber online unter www.versandhausberater.de als Excel-Tabelle bereit.

Anmerkung: Die AC Süppmayer GmbH beantwortet gern Ihre Fragen: (E-Mail: info@adresscontrol.de; Telefon: (0)6805/9285-01). Falls Sie künftig auch dabei sein wollen, wenden Sie sich per E-Mail an die Redaktion des Versandhausberaters: info@versandhausberater.de