

# Da sein, wo die Kunden sind

*Martin Vogel, Director Electronics bei eBay in Deutschland, im Gespräch mit hitec über die CE-Kunden von morgen und die Möglichkeiten für Marken und Händler, sie auch weiterhin zu erreichen.*

## *Herr Vogel, wie sieht er aus, der CE-Kunde von morgen?*

Den einen Kunden von morgen gibt es natürlich nicht. Dennoch hat die fortschreitende Digitalisierung aller Lebensbereiche das Konsumverhalten grundsätzlich stark verändert. Die neue Generation der Digital Natives, die ständig online ist, wird zukünftig für den Hauptumsatz im Handel verantwortlich sein.

Aber auch die digital erfahrenen Konsumenten stehen vor Überforderung und Reizüberflutung, angesichts der stetig neuen und komplexen Technologie-Produkte, die in der CE-Branche auf den Markt drängen. Sie suchen - ob online oder im Fachgeschäft - vor allem nach Orientierung und ausreichender Information vor dem Kauf. Für viele Käufer muss es zudem gar nicht das neueste Trendmodell sein, Nachhaltigkeit und Langlebigkeit von Produkten spielen für sie eine viel bedeutendere Rolle.

## *Wie kann der Handel auf diese Veränderungen reagieren?*

Die Kundenzufriedenheit sollte immer oberste Priorität haben. Die Bedürfnisse der Kunden, mobil einkaufen zu können, Orien-

tierung und Beratung vor dem Kauf zu erhalten sowie die gestiegene Nachfrage nach nachhaltigen Produkten, müssen bei Produktentwicklung, -präsentation und -vertrieb berücksichtigt werden.

Hier hilft vor allem ein integrierter Ansatz über alle Kanäle, auch über Apps, Pinterest und Instagram, um Kunden weiter dort zu erreichen, wo sie ihre Kaufentscheidung fällen. Fast jeder zweite Euro im E-Commerce wird heute auf Online-Marktplätzen umgesetzt. Wer von dieser Relevanz profitieren möchte, kann eBay als zusätzlichen Vertriebskanal nutzen und für 168 Millionen potenzielle Kunden jederzeit auch mobil erreichbar sein. Für viele Käufer ist unser Marktplatz vor allem für innovative, neue und erklärungsbedürftige Produkte die erste Anlaufstelle, um sich zu informieren, Angebote zu vergleichen und direkt online zu kaufen.

## *Welches Potential bietet eBay Händlern und Marken über die reine Präsenz hinaus?*

Um das Inventar der Händler und Marken für die Kunden attraktiv zu positionieren, entwickeln wir immer wieder neue

Vertriebsmöglichkeiten. So haben Markenhersteller die Möglichkeit, ihre Produkte in Markenwelten im eigenen Corporate Design zu präsentieren sowie im Rahmen des eBay „Autorisierte Händler“-Programms bestehende Händler auf dem Marktplatz für den Verkauf ihrer Produkte zu berechtigen.

Auf aktuelle Trendthemen reagieren wir zudem mit umfangreichen Marketing-Kampagnen. Wir sind mit unseren Aktionen immer nah an der Zielgruppe und nutzen wichtige Retail-Momente wie die Gamescom, die IFA oder auch die Fußballweltmeisterschaft im nächsten Jahr, um die Aufmerksamkeit für Produkte unserer Händler weiter zu steigern.

Den Konsumenten bieten wir mit dem B-Ware Center, dem Smart Home Center und dem Gaming Hub Orientierung bei ihrer Produktsuche, kombiniert mit informativen Artikeln und Tipps rund um das jeweilige Thema. Auch durch die Teilnahme an Service-Programmen wie eBay Plus für einen kostenlosen Rückversand, haben Verkäufer bei eBay die Möglichkeit, sich positiv von der Konkurrenz abzuheben und von aktuellen Trends zu profitieren.

## *Weihnachten und Jahreswechsel stehen vor der Tür. Was ist Ihre Prognose für die Branche?*

Auch zu Weihnachten wird sich zeigen, wie sehr die Digitalisierung Einzug in unser Zuhause hält. Ich hoffe, dass wir das Weihnachtssingen selbst übernehmen, dennoch werden Trendprodukte wie Sprachassistenten und weitere Smart Home-Technologien sicherlich den Weg ins Wohnzimmer finden. Im WM-Jahr 2018 sehe ich dagegen wieder eine steigende Nachfrage für TV-Geräte und Soundsysteme, die den Kunden das Live-Erlebnis in den eigenen vier Wänden ermöglichen.

## *Herr Vogel, herzlichen Dank für das Gespräch!*

Martin Vogel,  
Director Electronics bei eBay  
in Deutschland



FOTO: eBay