

**THINK TANK BRAND COMMERCE - 1 Tag voller Impulse, Inspiration und Interaktion – „Take a seat!“**

Eine gemeinsame Veranstaltung von inspirato KONFERENZEN und neuhandeln.de

Mit Spannung erwartet, hat sich Adidas dem Druck von Händlern und Behörden gebeugt und beendet den **Marktplatz-Boycott**. Bisher konnten Handelspartner die Produkte des Sportartikelherstellers nicht auf Amazon oder Ebay, sondern nur eingeschränkt im eigenen Onlineshop verkaufen.

Ist der Kampf um Preishoheit und Markenimage jetzt endgültig verloren? Können die neuen E-Commerce-Bedingungen, wie bei einem selektiven Vertriebssystem üblich, Markenpräsentation und Kundenservice auch auf offenen Marktplätzen garantieren? Hat der Adidas-Entscheid eine Signalwirkung auf andere Hersteller? Wird Selektiver Vertrieb zum Auslaufmodell?

Diesen und weiteren Fragen rund um das Thema **Online-Direktvertrieb** widmen wir uns auf dem Think Tank BRAND COMMERCE am 26. August in Seeheim.



Markenartikler haben den Vertrieb ihrer Produkte bislang überwiegend ihren Handelspartnern überlassen. Viele Hersteller sind nun zunehmend auf der Suche nach der richtigen E-Commerce Strategie, um die eigenen Produkte über das Internet „per Direktvertrieb an Endverbraucher“ zu verkaufen. Ein Plan, der oftmals durch die eigenen Organisations- und Vertriebsstrukturen sowie bestehende Beziehungen zum Fachhandel ausgebremst wird.

Die Expansion im Onlinehandel erhöht zugleich die Risiken der Markenführung. Vor diesem Hintergrund sind Markenhersteller – Marketing- und Vertriebsexperten gleichermaßen – mit typischen Fragestellungen konfrontiert: Wie pflege ich bestehende Beziehungen zu Handelspartnern, wenn ich meine Produkte online selbst verkaufe? Unter welchen Voraussetzungen sind Vertriebsbeschränkungen, wie aktuell bei Asics oder adidas, rechtlich zulässig? „Wie sag ich´s meinem Händler?“

Fest steht: Es ist heutzutage fahrlässig, das Internet zu ignorieren. Studien belegen, dass Kunden vor der Kaufentscheidung die Websites ihrer „Lovemarks“ aufsuchen und dort auch einen Online-Shop erwarten. Markenartikler können von solchen Trends nur profitieren. Jetzt geht es darum, bestehende und neue Vertriebskonzepte sinnvoll miteinander zu verknüpfen.

**Seien Sie daher dabei, wenn:**

- ... sich Deutschlands Marken-Elite zum Boardmeeting nahe Frankfurt trifft.
- ... namhafte Entscheider der Markenartikel- und Konsumgüterindustrie intime Einblicke in ihre E-Commerce- und E-Branding-Strategien geben.
- ... wir mit Experten über Herausforderungen einer Marke im Spannungsfeld zwischen Vertriebspartnern und Kunden diskutieren.
- ... das attraktive Rahmenprogramm und Formate wie interaktive Round-Table und Speed-Dating zum Networking und Austausch mit Gleichgesinnten einladen.

Markenvertreter und Experten, u.a. von **Nestlé, Stabilo, Braufactum, Deuter Sport, Rakuten** oder **Hitmeister** beleuchten u.a. folgende **Themen**:

- The power of Brands: Wie eigene Marken-Shops den Umsatz befeuern
- Am Handel führt (k)ein Weg vorbei: Online-Direktvertrieb vs. Offline-Händlernetz
- Amazon, eBay & Co.: Wie man das Markenimage auf Marktplätzen bewahrt
- Omni-Commerce: Wie Traditionsmarken den Spagat meistern
- Der Kampf um Preishoheit und Markenimage: Perspektiven von selektivem Vertrieb
- Näher am Kunden: Interaktive Marken- und Erlebniswelten als Erfolgsgarant

Alle Markenhersteller, der auch im Online-Geschäft abheben möchten, sollten Sie sich diesen neuen Strategietreff daher nicht entgehen lassen!

Ausführliche Informationen zur Veranstaltung unter: [www.inspirato.de/brand-commerce](http://www.inspirato.de/brand-commerce)

Kontakt: Franziska Thiele, inspirato KONFERENZEN | Siemensstraße 27 |  
61352 Bad Homburg, Tel. +49 6171 981 96 82 | E-Mail: [f.thiele@inspirato.de](mailto:f.thiele@inspirato.de)

