

Pressemitteilung

authorized.by bietet Tool-Unterstützung für den kooperativen Together-to-Customer-Ansatz (T2C)

- Kooperation statt Wettbewerb: Marken und Händler setzen vermehrt auf einen Together-to-Consumer-Vertrieb. Dieser kann die Rettung etablierter Marken bedeuten.
- Über die Autorisierungsplattform [authorized.by](https://www.authorized.by) können Markenhersteller ihre bevorzugten Handelspartner als "Authorized Partner" kennzeichnen. Das sorgt für Transparenz, Sicherheit und Vertrauen im Onlinehandel.

München, 24. August 2021. Besonders seit der Corona-Pandemie etabliert sich das Direct-to-Customer-Modell, kurz DTC, als elegante Lösung für Marken mit junger Käuferschicht im E-Commerce. Doch so schnell wie das Thema aufkam, so schnell verändert es sich: Das Stichwort der Stunde lautet T2C ("Together-to-Consumer") und bezeichnet einen neuartigen Ansatz, nach dem Marken sowohl selbst Produkte vertreiben als auch gleichzeitig mit autorisierten Handelspartnern oder ihren Dienstleistern zusammenarbeiten. Das Münchner Unternehmen [authorized.by](https://www.authorized.by) bietet für diesen Marktansatz eine umfassende Autorisierungsplattform, über die Markenhersteller ihre bevorzugten Partner mit einem Echtzeit-Siegel kennzeichnen und autorisieren können.

T2C vereint das Beste aus zwei Welten

Während der Direktvertrieb der Marken an ihre Endverbraucher vor allem für junge, dynamische Marken attraktiv ist, bietet T2C für etablierte Marken die optimale Lösung, Produkte selbst zu verkaufen und mit Handelspartnern zu kooperieren. T2C verbindet beide Wege: Die Marke kann bestimmte Produkte selbst vertreiben und gleichzeitig auf die Expertise ihrer Handelspartner setzen. Im Direktverkauf beispielsweise können Sondergrößen verkauft oder neue Produktlinien getestet werden. Das T2C-Modell eignet sich dahingehend besonders für Hersteller und Marken erklärungsbedürftiger, gefahrgeneigter und werthaltiger Produkte. Ebenso

Marken, die auf Nachhaltigkeit setzen, service- und wartungsintensive Produkte oder Komponenten herstellen, bevorzugen eine kooperative Lösung wie es T2C bietet. Zu guter Letzt: Marken mit einem seit Jahrzehnten aufgebauten und vertrauensvoll gepflegten Händlernetzwerk liegt es buchstäblich in der DNA, dass sie bei der digitalen Weiterentwicklung ihres Geschäfts nun integrativ agieren und das für sie passende T2C-Konzept entwickeln.

“Das T2C-Modell stellt aus meiner Sicht das langfristig erfolgversprechendere Modell dar. Mit der Autorisierungsplattform [authorized.by](#) geben wir Markenherstellern die Möglichkeit, ausgewählte Händler mit dem Echtzeit-Siegel „Authorized Partner“ zu kennzeichnen. Im Siegel wird die Beziehung zur Marke verdeutlicht. Ein solch branchenübergreifender Standard ist ein deutliches Signal für den Endverbraucher, bei einem autorisierten Markenhändler einzukaufen“, erklärt der [authorized.by](#)-Gründer und -Geschäftsführer [Felix Nottensteiner](#).

Vertrauensgewinn durch Kooperation mit Händlern

Etablierte Marken brauchen den Schulterschluss mit ihren Händlern mehr denn je. Die Loyalität der Verbraucher gegenüber Marken nimmt bereits seit Jahren stetig ab, während der Wettbewerb und Fake-Shops drastisch zunehmen. Viele Marken konnten ihre Konsumenten außerdem während des Corona-Lockdowns nicht wie üblich versorgen, weil Läden geschlossen oder Lieferketten unterbrochen waren. Die Folge: Ein Verlust der Kunden, die lieber neue Marke austesten. Gerade auch weil junge Käufer nicht mehr unbedingt zwischen Hersteller und Händler unterscheiden, sondern Schnelligkeit und Sicherheit im Fokus stehen, ist der T2C-Vertrieb zukunftstauglich. Über die Autorisierung der Händler durch die Marken kann das verloren gegangene Vertrauen zurückgewonnen werden. Die Konsumenten sind auf der sicheren Seite und müssen bei autorisierten Händlern keine Angst mehr davor haben, dem Grau- oder Schwarzmarkt in die Hände zu fallen.

“Beide Geschäftsmodelle – D2C und T2C – werden zukünftig nebeneinander bestehen. Im Idealfall gleichberechtigt und synergetisch. Der Verbraucher sucht die Vielfalt und er will situativ entscheiden können, welches Angebot zu seinem jeweiligen Bedürfnis besser passt“, kommentiert der E-Commerce-Experte Ralph Hübner. “Gleichzeitig nützt es für einige Marken schlichtweg nichts, das Händlernetzwerk kategorisch in Frage zu stellen, sondern viele sind auf die konstruktive Zusammenarbeit mit ihren Händlern, Handwerkern und sonstigen

Dienstleistern angewiesen. Im Web zählen zukünftig vor allem Mehrwert-Angebote, und die können die meisten Markenhersteller nur im „together“ leisten. T2C hat also eine nachhaltige Berechtigung im omnichannel-Markt der Zukunft“, so Hübner weiter.

Über authorized.by

authorized.by[®] ist eine B2B-Autorisierungsplattform, die es Markenherstellern ermöglicht, Online-Vertriebspartner mit Hilfe des branchenübergreifenden Echtzeit-Siegel „Authorized Partner“ auf Shop- und Produktebene auszuzeichnen. Die sichtbare Bestätigung als Markenpartner unterstützt Händler, sich wirksam von unseriösen Anbietern – auch auf Marktplätzen – abzugrenzen.

Über 3000 namhafte internationale Hersteller und Händler vertrauen der Plattformtechnologie, darunter Thule, Leitz, Audi, Cybex, Napoleon, Patagonia und Stabilo sowie Händler wie Globetrotter, Fahrrad Stadler, Fahrrad XXL, Autoteile Immler oder Expert Security. authorized.by[®] ist offizieller Solution Partner der GS1 und eBay. Das Unternehmen wurde 2016 von Felix Nottensteiner gegründet und ist seit 2019 eine Beteiligungsgesellschaft der TÜV Saarland Holding GmbH. Nach der Beta-Phase startete die Plattform 2020. Hauptsitz der authorized.by GmbH ist München. <https://www.authorized.by/>

Unternehmenskontakt

Felix Nottensteiner
authorized.by GmbH
+49 (0) 89 716 723 70 – 0
fn@authorized.by

Pressekontakt

Verena Laier
PIABO PR
+49 (0) 172 5311 843
authorizedby@piabo.net

