

Experten-Slot eBay for business

eBay GmbH

Der folgende MÖBELMARKT-Experten-Beitrag wird Ihnen von [eBay GmbH](#) zur Verfügung gestellt. Form, Stil und Inhalt liegen allein in der Verantwortung des Autors [eBay Experten-Blog Redaktion](#). Die hier veröffentlichte Meinung kann daher von der Meinung der Redaktion oder des Herausgebers abweichen.

Expertenbeitrag: Die Digitalisierung des lokalen Handels: Chancen erkennen und erfolgreich wachsen

Donnerstag, 22.06.2017

Durch die Digitalisierung vollzieht sich seit einiger Zeit ein Strukturwandel im deutschen Handel. Im Vergleich zum Einzelhandel der Vergangenheit, ist die Customer Journey komplexer und individueller geworden. Der Kunde von heute entscheidet situationsspezifisch, ob und wann er Online- oder Offlinekanäle nutzt. Immer mehr Konsumenten bereiten ihre Einkäufe zumindest online vor, das zeigen auch Ergebnisse verschiedener Studien der letzten Jahre. In der Möbelbranche kommt der sogenannte ROPO-Effekt („Research Online – Purchase Offline“) bereits bei 50 Prozent der stationären Käufe zum Tragen ([KPMG – „Trends im Handel 2025“, 2016](#)).

Mit einer engen Verknüpfung von Offline- und Onlinekanälen können Möbelhändler sicherstellen, den Kunden im Kaufprozess bestmöglich zu begleiten. Mit Konfigurator-Tools auf der eigenen Webseite können sie beispielsweise ihren Kunden ermöglichen, ihre Wohnträume wie eine neue Küche oder ein neues Bad bereits zu Hause zusammenzustellen und dann in einem Beratungstermin vor Ort zu finalisieren. Die spezifische und persönliche Beratung durch den Kundenberater im Ladengeschäft ist dann eine gute Möglichkeit, zusätzlich exklusive Services anzubieten.

Kundenwunsch: kanalübergreifendes Einkaufen

Auch eBay hat den Digitalisierungsgrad des lokalen Einzelhandels in Deutschland analysiert und in einem

„[Atlas der ungenutzten Chancen](#)“ deutlich gemacht, welche großen Potenziale das Internet für den Handel bereithält. Neben der Möglichkeit, vor dem Kauf Händler- und Produktinformationen online abzufragen, wollen Kunden vor allem, dass stationäre Geschäfte mit digitalen Features zusätzlichen Mehrwert bieten. Das untermauern aktuelle Zahlen einer Studie ([PWC – „Total Retail 2016“, 2017](#)), die unter anderem im Atlas der ungenutzten Chancen veröffentlicht wurden. Demnach wünschen sich 32 Prozent der Kunden Online-Sortimentsinformationen und -Bestellmöglichkeiten im Laden, 26 Prozent ein schnelles und einfach zugängliches WLAN im Laden sowie 19 Prozent die Möglichkeit, Produktverfügbarkeiten in anderen Geschäften bzw. im Online-Shop zu prüfen. Diese Ergebnisse zeigen, dass für eine immer größere Anzahl von Konsumenten eine Verknüpfung von Online- und Offlinekanälen selbstverständlich wird. Für Händler, die sicherstellen möchten, in verschiedensten Situationen der richtige Ansprechpartner für ihre Kunden zu sein, sollte Omnichannel daher Standard sein.

lokal & digital: eBay startet City-Initiative zur Digitalisierung des Handels

Umso mehr verwundert es, dass nur jeder dritte deutsche Einzelhändler seine Waren auch online verkauft. Die neue [eBay City-Initiative lokal & digital](#) soll den städtischen Einzelhandel dabei unterstützen, in den E-Commerce einzusteigen und so Wachstumschancen zu nutzen. Denis Burger, Senior Director Seller Growth bei eBay, erklärt, dass die Initiative helfen soll, „lokale Händler für die Ansprüche des modernen Kunden fit zu machen, um so ihre Zukunftsfähigkeit und gleichzeitig die der Innenstädte als belebte Einkaufszonen zu sichern“.

Die Städte, die an der eBay City-Initiative lokal & digital teilnehmen, erhalten gegen eine Gebühr eine eigene Präsenz unter der URL [www.eBay.city.de/STADTNAME](#) und sichern sich damit eine digitale Visitenkarte für die lokalen Händler. Kunden können sich auf der Seite einen Überblick über die Händler und das Sortiment der jeweiligen Stadt verschaffen, ohne sich durch verschiedene Internetseiten klicken zu müssen. Neben dem digitalen Auftritt erhalten die Städte 30 kostenfreie eBay Basishops für lokale eBay-Neuhändler und eine exklusive Startberatung von eBay. Darüber hinaus steht ein Netzwerk von Experten bereit, um Stadt und Handel bei den ersten Schritten zu begleiten. Darunter finden sich unter anderem auch die Wirtschaftsförderer und einige Händler aus Mönchengladbach und Diepholz – der Pilotstädte der Initiative, die ihre Erfahrungen bei den ersten Schritten im Online-Handel gerne teilen. Rechtliche Absicherung wird durch die Zusammenarbeit mit Trusted Shops gewährleistet.

Die Tendenz der Kunden geht klar in eine digitale Richtung. Und nur wer diesen Weg mitgeht, muss sich nicht über ungenutzte Chancen ärgern.

Die Digitalisierung des lokalen Handels: Chancen erkennen und erfolgreich wachsen

Links

- [KPMG-Studie „Trends im Handel 2025“](#)
- [eBay Deutschland](#)
- [eBay](#)

Weiterführende Links

- [PWC-Studie](#)
- [eBay City-Initiative lokal & digital](#)

Downloads

- [eBay - Atlas der ungenutzten Chancen.pdf](#)