

eBay – Neue Konzepte

Der Weg aus der Krise

Revive Interior setzt auf den Online-Marktplatz eBay als Ergänzung zu eigenem Webshop und Showroom

Montag, 08.06.2020

Nie zuvor zeigte sich die Notwendigkeit digitaler Lösungen deutlicher als in den vergangenen Monaten. Der Online-Handel hat während der Coronakrise enorm an Fahrt aufgenommen. Wie die GfK COVID-19 Consumer Pulse Studie zeigt, kauften im vergangenen April über 70% der befragten Verbraucher online. Um auch nach der Krise von dieser Entwicklung zu profitieren, kann der Einstieg in den E-Commerce existenzrettend sein.

„eBay sichert das Fortbestehen unseres Unternehmens nach der Krise.“

Die Firma „Revive Interior“ hat schnell das Potenzial der Kombination aus lokalem Geschäft und Online-Präsenz erkannt. Revive verfolgt beim Verkauf eine kanalübergreifende Strategie, die Online-Marktplätze, einen eigenen Web-shop und stationäre Showrooms miteinander kombiniert. „Trotzdem geht bei uns immer alles online los“, sagt Paul Jonas, einer der beiden Geschäftsführer. Neben dem eigenen Webshop ist Revive inzwischen auf mehr als 15 nationalen und internationalen Online-Marktplätzen präsent. Mit Abstand die wichtigste Rolle für das Geschäft des Start-ups spielt dabei eBay. „Seit dem ersten Tag hatten wir eine hohe Affinität zu eBay, und deshalb ist es folgerichtig, dass eBay neben unseren lokalen Showrooms heute unser größter und wichtigster Absatzkanal ist“, so Jonas.

Die Coronakrise bestätigt die beiden Revive-Gründer Paul Jonas und Jonas Brenig in ihrer Schwerpunktsetzung auf eBay: „Mit Beginn des Lockdowns hatten wir durch die Schließung der Läden mit einem Schlag einen Umsatzrückgang von 40%“, berichtet Jonas. „Für uns war es Glück, dass wir das online abfedern konnten.“ Nach Beginn der Coronakrise verkaufte Revive Interior nicht nur durchgängig bei eBay weiter, sondern überarbeitete auch noch einmal das dort angebotene Sortiment und richtete spezielle Preisaktionen ein – mit dem Ziel, die Umsätze auf dem Online-Marktplatz weiter zu steigern. Bereits Mitte März konnte Revive die Wochenumsätze bei eBay verdoppeln und diesen Erfolg auch in den folgenden Wochen aufrechterhalten. „Dass das so gut lief, hat uns zunächst überrascht, doch ist es eigentlich logisch: Viele Menschen, die durch den Lockdown plötzlich zuhause saßen, nutzten die Zeit, um ihre Einrichtung zu verschönern. Und da wegen der Corona-Maßnahmen sämtliche stationäre Möbelhäuser geschlossen waren, war unsere Präsenz im Internet und bei eBay ein enormer Wettbewerbsvorteil“, erklärt Revive Co-Gründer Jonas.

Seit dem Beginn der Lockerung der Corona-Beschränkungen hat Revive wieder seine beiden Showrooms geöffnet. „Wir merken aber, dass bisher noch deutlich weniger Kunden unterwegs sind als vor dem Lockdown“, erzählt Jonas. Umso wichtiger bleibe das Online-Geschäft und der Verkauf über eBay für Revive: „Viele der Kunden, die seit der Wiedereröffnung in unsere Showrooms kamen, sind über eBay auf uns gestoßen. Zudem kann ich mir vorstellen, dass sich durch die Coronakrise der Wandel in Richtung Online-Handel generell beschleunigt.“

Online-Möbelhandel im Aufschwung

Die Erfahrungen von Revive spiegeln sich auch im gesamten Online-Möbelhandel wider: Viele

Verbraucher sind bei der Suche nach Sofas und Co. ins Internet ausgewichen. So stieg der gesamte Online-Umsatz des Warengruppen-Clusters „Einrichtung“ im ersten Quartal 2020 um 3,2% auf insgesamt 2.623 Mio. Euro. Ein Trend, der laut Konsumentenbefragung der Managementberatung Kearney auch nach der Krise anhalten wird: Mehr als die Hälfte derjenigen, die jetzt verstärkt über den digitalen Kanal einkaufen, wollen dieses Verhalten auch nach der Coronakrise beibehalten.

Die Zahlen zeigen deutlich: Möbelhändler, die auf eine Multichannel-Strategie setzen, können von der wachsenden Nachfrage profitieren. Auch über die Krise hinaus wird der Onlinekanal als Ergänzung zum lokalen Fachhandel für die Kunden und Händler unverzichtbar bleiben. Dennoch gibt es weiterhin zahlreiche Einzelhändler, die ihr Ladensortiment nicht online anbieten. Hier kommen Online-Marktplätze ins Spiel. Im ersten Quartal 2020 verzeichneten diese ein Wachstum von knapp 5% gegenüber dem Vorjahreszeitraum und steigerten ihre Umsätze auf 8 Mrd. Euro. Damit gehören sie laut Handelsinstitut EHI zu den bedeutendsten Vertriebskanälen im deutschen Online-Handel.

Gemeinsam stärker: Krisenhelfer eBay

Als Partner auf Augenhöhe legt eBay besonderen Wert auf die Unterstützung kleiner und mittelständischer Händler in schweren Zeiten. So haben die Jung-unternehmer von Revive viel Lob für das kürzlich gestartete Soforthilfeprogramm von eBay übrig. „Es hat sich für uns sehr partnerschaftlich angefühlt, dass eBay in der Krise bereit war, den Händlern für den gemeinsamen Erfolg etwas zurückzugeben“, so Jonas. Im Rahmen des Soforthilfeprogramms befreit eBay von der Coronakrise betroffene Händler drei Monate lang von der Verkaufsprovision. Außerdem bietet der Online-Marktplatz neu einsteigenden Händlern ein umfangreiches Coaching für den Start bei eBay und dem Einstellen der ersten Angebote. Denn während der ersten sechs Monate können sie kostenlos vom eBay-Concierge-Service profitieren, einem personalisierten Premium-Service, der ihnen strategische Beratung durch Experten des eBay-Kundenservice-Teams bietet. Darüber hinaus entfallen für die ersten sechs Monate die Kosten für ein eBay Premium-Shop-Abonnement, welches unter anderem das kostenlose Einstellen von Artikeln umfasst. Durch die zahlreichen unterstützenden Programme, die den Händlern den Verkauf und die Kundenabwicklung erleichtern, kann jeder Händler mit eBay in den Online-Handel einsteigen und in Krisenzeiten sowie darüber hinaus von dem zusätzlichen Vertriebskanal profitieren.

Der Weg aus der Krise

Links

- [Ebay](#)
- [Artikel als PDF](#)