

Experten-Slot Marktforschung - Daten, Zahlen

IFH Köln

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

IFH Köln

Expertenbeitrag: Amazon dominiert Onlineumsatz im Bereich „Wohnen & Einrichten“

Donnerstag, 26.04.2018

Auch vor dem Bereich „Wohnen & Einrichten“ macht die Amazonisierung nicht halt: 63 Prozent des Onlineumsatzes werden mittlerweile von Amazon generiert oder zumindest vom Onlinegiganten beeinflusst, da Konsumenten dort zunächst nach Produktinformationen und Co. suchen. Das zeigt die aktuelle Studie [„Amazonisierung des Konsums“](#) des IFH Köln, in welcher die Entwicklung von Amazon ganzheitlich unter die Lupe genommen wird.

Gleichzeitig bedeutet dies, dass nur noch 37 Prozent der Onlineumsätze für Tische, Sofas und Co. in Deutschland unabhängig von Amazon erzielt werden. Damit ist die Ausgangssituation für die Branche zwar noch besser als beispielsweise im Bereich „Freizeit & Hobby“, in welchem lediglich noch sechs Prozent des Umsatzes unbeeinflusst sind und bereits 80 Prozent der Umsätze direkt von Amazon generiert werden. Aufgrund der fehlenden starken Marken im Wohn- und Einrichtungsbereich ist der Einfluss aber schon bedrohlich hoch.

Produktsuche: Amazon statt Google

Doch nicht nur für den Kauf ist Amazon oft die Anlaufstelle Nummer 1. Der Onlinegigant hat sich mittlerweile auch als Produktsuchmaschine etabliert. Es gilt: Was es bei Amazon nicht gibt, existiert letztendlich in den Köpfen der Konsumenten nicht. Jeder zweite der 15,5 Millionen deutschen Amazonkunden klickt sich mindestens einmal die Woche durch die Produktwelten von Amazon, wie die Studie weiterhin zeigt. Unter den Amazon-Prime-Kunden sind es bereits gut zwei von drei. Die Auslöser dafür sind vielfältig. So liegt es nicht nur an der Vielfalt und Größe des Produktsortiments, sondern auch an der Tatsache, dass wichtige Informationen zu Produkten und Co. transparent und einfach zugänglich dargestellt werden.

Wenig verwunderlich also, dass Amazon bei 60 Prozent der befragten Konsumenten fester Bestandteil im Relevant Set ist – und das unabhängig vom gewünschten Produkt. Dabei zeigt sich bei einer näheren Betrachtung der Bestellhäufigkeit und Warenkorbgröße, dass Käufe auch zunehmend ins alltägliche Leben integriert werden: Die Bestellhäufigkeit steigt an, während die Warenkörbe immer kleiner, aber vielfältiger werden. Der Trend geht hin zum direkten „One-Click-Buy“. Großes Umschauen bei verschiedenen Händlern – Fehlanzeige.

Möbelonlinehändler müssen sich neu aufstellen

Diese Entwicklungen zeigen deutlich: Amazon schneidet regelrecht den Weg zu den Kunden für andere Anbieter ab und verhindert somit auch die Neukundengewinnung. Um weiterhin relevant zu bleiben oder überhaupt erst zu werden, gilt es als Händler, aber auch als Hersteller, erst einmal Sichtbarkeit auf neuen Wegen zu generieren und sich mit einem mehrwertbringenden Angebot zu positionieren. Gerade Technologien wie VR/AR können hierbei einen Vorteil bringen, damit sich Kunden die gewünschten Möbelstücke vorab besser in ihr Zuhause integrieren können. Somit gilt mehr denn je: Jetzt aktiv werden und konsequent mit Kundenfokus agieren, um zukünftig gegen den Onlinegiganten zu bestehen. Dabei ist klar, dass man als Einzelkämpfer nicht weit kommen kann, sondern starke Partner an seiner Seite benötigt – gegebenenfalls sogar der originäre Wettbewerber.

Amazon dominiert Onlineumsatz im Bereich „Wohnen & Einrichten“

Links

- [IFH Köln](#)

Weiterführende Links

- [Studie „Amazonisierung des Konsums“](#)
- [IFH Shop](#)