

## **Individuelle Lösungen**

### **Mit E-Commerce in der Möbelbranche punkten**

#### **Ebay eröffnet dem Möbelhandel einen zusätzlichen Vertriebskanal, um neue Zielgruppen weltweit zu erschließen**

Freitag, 01.07.2016

Die Möbelbranche setzt sich im Online-Handel immer weiter durch und gewinnt im Netz zunehmend an Bedeutung. Der Bundesverband des Deutschen Möbel-, Küchen- und Einrichtungsfachhandels (BVDM) meldet, dass der Umsatz im letzten Jahr um 4,2% auf 32,6 Mrd. Euro gewachsen ist. Die Tendenz für dieses Jahr ist steigend. Deshalb müssen sich Möbelhändler im Internet gemeinsam mit Online-Marktplätzen breiter aufstellen, um ihre Kunden auch weiterhin optimal zu erreichen.

#### **Multichannel-Konzepte als Sprungbrett für Möbelbranche**

Ob Sofa, Schrank oder der Küchentisch – eine Umfrage des Digitalverbands Bitkom hat gezeigt, dass schon 42% der Online-Shopper bereits Möbel und andere Einrichtungsgegenstände im Internet kaufen. Umso wichtiger ist es, dass neben den großen Playern der Möbelbranche auch kleine und mittelständische Händler den Schritt ins Online-Geschäft gehen. Für die Umsetzung einer erfolgreichen Multichannel-Strategie ist es wichtig, dass jeder Händler und jedes Unternehmen seinen individuellen Weg findet, um die eigenen Kunden über die verschiedenen Vertriebskanäle zu erreichen. Ebay kann hier mit einem zusätzlichen Vertriebskanal, einer weiten Zielgruppe von 162 Millionen potenziellen Käufern weltweit und dem einfachen Zugang zu globalen Märkten sowie zum Mobile Commerce bei den ersten Schritten behilflich sein.

#### **Erfolgreiche Verknüpfung mit dem stationären Handel**

Gerade im Möbelsegment ist die Verflechtung von stationärem und digitalem Handel von großer Bedeutung. Die Kunden möchten die Möbelstücke vor dem Kauf anfassen und ausprobieren. Sie informieren sich im Geschäft, kaufen dann aber im Internet. Andere suchen vorab im Netz und stoßen dabei auf Angebote lokaler Händler, die sie sich dann vor Ort anschauen und auch kaufen. Die strenge Einteilung in bestimmte Vertriebskanäle gilt heute branchenübergreifend also nicht mehr. Es kommt darauf an, dem Kunden auf allen Kanälen das passende Angebot zu machen, also auch online.

Eine sinnvolle Verbindung zwischen On- und Offline-Handel können zusätzliche Serviceleistungen für den Kunden darstellen. Ein Beispiel ist der Click & Collect-Service von Ebay. Kunden bezahlen die mit dem Click & Collect-Logo gekennzeichneten Artikel der Händler bequem bei Ebay und holen ihn anschließend in einer Filiale ihrer Wahl ab. Das Käuferlebnis lässt sich flexibel gestalten und Käufer sparen die Lieferkosten und Lieferzeit. Händler haben dann bei der Abholung die Möglichkeit, durch Vor-Ort-

Beratung ihren Kundenservice zu erweitern. Insgesamt können sie mit „Click & Collect“ die Kundenfrequenz im Ladengeschäft erhöhen und ihren Umsatz steigern.

## **Wachstumsmotor mobiler Handel**

Bei ebay.de wird jede Sekunde ein Produkt mobil gekauft, der Bereich Haus & Garten gehört dabei zu den umsatzstärksten Ebay-Kategorien im mobilen Handel. Nicht für mobile Geräte optimierte Online-Shops und Artikelbeschreibungen werden häufig als Grund für Kaufabbrüche angegeben. Eine mobil optimierte Darstellung der Angebote wird daher für Händler und Hersteller immer wichtiger. In seinem Verkäuferportal ([verkaeuferportal.ebay.de](http://verkaeuferportal.ebay.de)) bietet Ebay Händlern neben vielen hilfreichen Hinweisen den Zugriff auf kostenlose Tools für die mobile Optimierung der eigenen Angebote.

## **Massivum als Multichannel-Vorreiter**

Der Möbelanbieter Massivum weiß die Chancen des Multichannel-Handels zu nutzen. Mit einem eigenen Markenshop bei Ebay unter „massive-holzmoebel“ gelingt es dem Massivholz-Spezialisten, sein Sortiment gezielt zu vermarkten. „Der Online-Marktplatz Ebay ist eine sinnvolle Ergänzung unserer Multichannel-Strategie. Neben unserem eigenen Online-Shop in Deutschland und Frankreich sowie drei Filialen in Deutschland erschließen wir mit unserem Ebay-Shop einen zusätzlichen Vertriebskanal und erreichen dadurch für uns noch unerschlossene Zielgruppen, auch in anderen Ländern. Die Möbelbranche hat sich im Online-Handel mittlerweile etabliert und heutzutage wird die Einrichtung auch gerne von zu Hause bestellt. Da ist es für uns wichtig, dass unsere Kunden über jeden gewünschten Kanal auf unsere Produkte zugreifen können. Mittlerweile haben wir knapp 3.500 Artikel bei Ebay gelistet und freuen uns auf die weitere Zusammenarbeit“, fasst Jürgen Leuschel, Geschäftsführer des Unternehmens, die Kooperation mit Ebay zusammen.

Händler und Hersteller haben über den Einstieg in den Multichannel-Handel die Möglichkeit, neue Potenziale zu erschließen, die das eigene Geschäft deutlich ausbauen können. Multichannel-Konzepte und die Verschmelzung von Online- und Offline-Handel sind im Einrichtungssegment immer wichtiger. Ebay bietet Verkäufern einen einfachen und unkomplizierten Zugang zum Online-Marktplatz und unterstützt bei den ersten Schritten im Online-Geschäft.

## **Ebay – Partner des Handels**

Ebay agiert selbst nicht als Verkäufer. Der Online-Marktplatz versteht sich als Partner des Handels. Ebay ist es wichtig, den Händlern eine faire Plattform zu bieten und sie dabei zu unterstützen, die Potenziale des sich wandelnden Handelsumfelds zu erkennen und für ihren Geschäftserfolg zu nutzen.

## **Objektivere Verkäuferstandards wirken positiv**

Mit das Wichtigste für ein erfolgreiches Verkaufen ist eine gute Kundenbewertung, denn diese bestimmt den virtuellen Ruf des Händlers. Besonders in der Möbelbranche haben sich in der Vergangenheit lange Lieferzeiten negativ auf die Mängelquote ausgewirkt, bei denen der Kunde sich nach einiger Zeit nach dem Produkt erkundigt hat.

Das Feedback von Verkäufern hat gezeigt, dass objektivere Verkäuferstandards bei Ebay gewünscht sind. Aus diesem Grund wurden die Verkäuferstandards seit Frühjahr einfacher und objektiver gestaltet. Die

Bewertungen von Käufern und detaillierte Verkäuferbewertungen sowie offene Fälle, die erfolgreich mit dem Käufer geklärt wurden, zählen nicht länger als Mängel. Die Mängelquote basiert nur noch auf zwei Kriterien: Abbruch eines Kaufs durch den Verkäufer oder Fälle, die von Ebay ohne Klärung durch den Verkäufer geschlossen werden. Dies wirkt sich positiv auf die Listings der Möbelhändler aus, die sich keine Sorgen mehr bei in der Branche typischen längeren Lieferzeiten machen müssen.

## **Verkäuferportal: Tools und Tipps für mehr Umsatz**

- Der Start in das Online-Geschäft ist häufig einfacher als erwartet. Ebays Verkäuferportal (<http://verkaeuferportal.ebay.de>) begleitet Händler mit Praxistipps, konkreten Handlungsanweisungen und aktuellen Hinweisen, mit denen sie ihre Verkäufe maximieren und mit Unternehmen aller Größenordnungen konkurrieren können.
- Für die bereits erfahreneren Verkäufer bietet sich für das effiziente Verwalten ihrer Angebote der Verkaufsmanager an. Mit dem Tool haben Händler ihre Verkaufsaktivitäten im Blick und werden immer über den aktuellen Status eines Artikels informiert.
- Mit dem Marketing-Tool Verkaufsaktionen können Händler gezielt Zubehörrabatt- und Mengenrabatt-Aktionen wie auch Preis- und Versandaktionen maßgeschneidert planen und bewerben. So lassen sich beispielsweise Versandrabatte oder ein kostenloser Versand ab einer bestimmten Bestellmenge festlegen. Die Vorteile liegen auf der Hand: Die Sichtbarkeit des Sortiments wird erhöht, Zubehörartikel und Restbestände können besser verkauft und neue Kunden gewonnen werden.
- Produktkennzeichnungen werden bei Ebay immer wichtiger, denn Online-Shopper wollen die gesuchten Artikel schnell und unkompliziert finden und bestellen können. Auch für Händler sind die Produktkennzeichnungen von Vorteil: Die Auffindbarkeit ihrer Produkte wird erleichtert, die Ware kann besser in Kategorien eingeordnet werden und entspricht zudem den Richtlinien externer Suchmaschinen, wodurch sie auch dort besser gefunden und in Rankings mit aufgeführt werden.
- Transparenz beim Versand wird für Kunden immer wichtiger. Deshalb zeigt Ebay dem Händler und dem Kunden den Versandstatus von Sendungen direkt in Mein Ebay an. So einfach geht's: Der Verkäufer muss lediglich die Sendungsnummer von der Deutsche Post, DHL, DHL Express, Hermes, DPD, UPS und neuerdings auch GLS hochladen. Falls ein Artikel nicht rechtzeitig oder gar nicht beim Kunden ankommt, ist der Verkäufer geschützt. Gleichzeitig können Käufer ihre gekauften Artikel auf dem Versandweg verfolgen und wissen genau, wo sich ihr Produkt aktuell befindet.
- Ebay gehört zu den großen mobilen Shopping-Plattformen und verschafft Händlern damit sofortige mobile Präsenz. Mit den eBay-Apps für iPad, iPhone, Android, Windows Phone oder BlackBerry können Händler Artikel mit einem Tablet oder Smartphone einstellen. Zudem können sie mit dem kostenlosen Ebay Mobile Friendly Checker von i-ways ganz einfach testen, ob ihre Artikelbeschreibungen bereits mobil-optimiert sind.

Ergänzende Informationen zu diesen und weiteren Möglichkeiten und Services wie beispielsweise Ebay Plus oder die Ebay-Garantie finden Interessierte im Ebay-Verkäuferportal. Mithilfe von praktischen Anleitungen zum Herunterladen oder kurzen Webinaren lassen sich die Hilfestellungen schnell und unkompliziert umsetzen.

In kürzester Zeit können Verkäufer ihr Sortiment nutzerfreundlich und dem Einkaufsverhalten der Kunden angepasst präsentieren und damit den Umsatz weiter ankurbeln. hoe

## **Präsenz individuell gestalten**

Bei Ebay gibt es für Händler und Markenhersteller die unterschiedlichsten Möglichkeiten, ihr Inventar im Internet zu präsentieren. Ein eigener Ebay-Shop ist dabei nur eine Option. Ausgewählten Herstellern und Händlern bietet Ebay beispielsweise mit dem Partnerprogramm die Möglichkeit, ihre Produkte in Markenwelten nach den eigenen Bedürfnissen und im eigenen Corporate Design zu präsentieren. Nur wenn sie nicht selbst als Verkäufer bei Ebay tätig sind, besteht die Chance auf eine Markenwelt.

Zusätzlich können sie ausgewählte Händler im Rahmen von Ebays „Autorisierte Händler“-Programm zum Verkauf bestimmter Produkte bei Ebay berechtigen. Die entsprechenden Angebote der autorisierten Händler werden dann mit dem Markenlogo und dem Hinweis „Autorisierter Händler“ dargestellt. So werden Käufer auf der Suche nach expliziten Markenprodukten schneller auf diese ausgewählten Händler aufmerksam – dies schafft Vertrauen und erhöht den Umsatz. Mittlerweile nehmen bei Ebay in Deutschland über 130 Markenhersteller am „Autorisierte Händler“-Programm teil und 127 Marken präsentieren sich in einer eigenen Markenwelt. Neben dem eigenen Markenshop und dem Partnerprogramm können Markenhersteller den Verkauf auch über einen strategischen Partner abwickeln, der den Online-Auftritt im Namen der Marke entsprechend umsetzt und koordiniert.

Durch das wandelnde Handelsumfeld und die online-affine Käuferschaft besteht für Händler aller Größen die Notwendigkeit, neue lukrative Vertriebswege zu erschließen. Hier gilt es, entsprechend den individuellen Ansprüchen und Bedürfnissen seinen eigenen Weg zu finden. Ebay steht dabei mit flexiblen Lösungen und Angeboten beratend zu Seite.

[zum Seitenanfang](#)