

Mit eBay ins Netz

E-Commerce etabliert sich mehr und mehr in der Möbelbranche | Multichannel-Strategien

Im Möbelsegment spielt der Handel im Internet nach anfänglicher Zurückhaltung eine immer größere Rolle. Inzwischen kaufen vier von zehn Online-Shoppern laut einer Umfrage des Digitalverbands Bitkom Möbel und Einrichtungsgegenstände im Netz. Der Online-Handel etabliert sich immer mehr in der Branche – dies zeichnet sich auch im Umsatzwachstum ab: 2015 wurde im Netz ein Handelsvolumen von über 1 Mrd. Euro erzielt. Bis 2020 prognostiziert der „Branchenfokus Möbel 2016“ des IFH Köln und der BBE Handelsberatung 2,5 Mrd. Euro Umsatz. Ein großes Potenzial, das Händler nutzen sollten. Es wird zukünftig noch wichtiger, sich im Internet breiter aufzustellen, um die Kunden optimal zu erreichen.

On- und Offline Hand in Hand

Die Verknüpfung von stationärem und digitalem Handel spielt besonders in der Möbelbranche eine zentrale Rolle. Kunden möchten Möbelstücke vor dem Kauf begutachten und ausprobieren. Viele informieren sich im Geschäft, einige 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 bestimmter Vertriebskanäle gilt heute branchenübergreifend nicht mehr. Es kommt darauf an, dem Kunden auf allen Kanälen, also auch online, das passende Angebot zu machen.

Mit Multichannel im E-Commerce durchstarten

Um online erfolgreich zu sein, müssen Händler und Marken im Rahmen der eigenen Multichannel-Strategie ihren individuellen Weg finden, um ihre Kunden jederzeit und grenzenlos zu erreichen. Der Online-Markt eBay bietet einen attraktiven zusätzlichen Absatzweg, über den sie ihre Produkte 165 Mio. Käufern weltweit zugänglich machen können. Als Partner des Handels unterstützt eBay seine Verkäufer unter anderem mit Tipps und Hilfestellungen für den erfolgreichen Online-Handel und kann so bei den ersten Schritten behilflich sein. Ein wichtiger Bestandteil eines funktionierenden Multichannel-Konzepts ist



Marc Fahrig, Schaffrath:
„Der eBay-Shop ist ein wichtiger Bestandteil, den digitalen Anteil unseres Geschäftsmodells zu verstärken.“

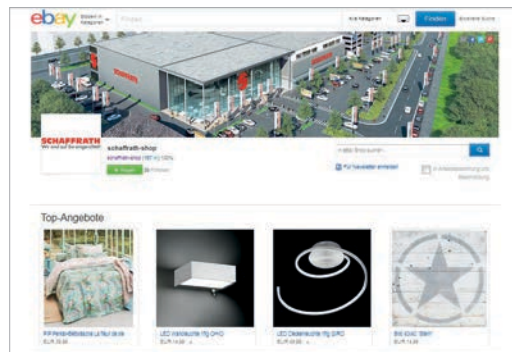
der mobile Handel. Allein bei eBay.de wird jede Sekunde ein Produkt mobil gekauft, der Bereich Haus & Garten gehört dabei zu den umsatzstärksten eBay-Kategorien. Eine mobil optimier-

te Darstellung der Angebote wird daher für Händler und Hersteller von Beginn an immer wichtiger. In seinem Verkäuferportal unter verkaeufportal.ebay.de bietet eBay Zugriff auf kostenlose Tools für die mobile Optimierung der eigenen Angebote.

bach konnten lokale Ladeninhaber der niederrheinischen Stadt auf das veränderte Kaufverhalten der Kunden reagieren und ihr Sortiment unter www.mg-bei-ebay.de neben den bisherigen Vertriebskanälen auch auf dem globalen Online-Markt anbieten. Die teilnehmenden Händler erwirtschafteten im Rahmen des Projekts einen Zusatzumsatz von über 3,2 Mio. Euro und exportierten Waren in 84 Länder. Dies zeigt, wie positiv sich die Verknüpfung von Online- und stationärem Handel auf den Geschäftserfolg der Händler auswirken kann.

Auch Schaffrath setzt auf eigene Multichannel-Strategie

Ein Traditions-Unternehmen, das sich diese Verbindung ebenfalls zunutze gemacht hat, ist der Möbel- und Einrichtungsspezialist Möbel Schaffrath. „Durch die Teilnahme am Pilotprojekt ‚MG bei eBay‘ erreichen wir unsere Kunden über einen weiteren sehr wichtigen Kanal – nicht nur offline in unseren Geschäften, sondern auch im Internet. Außerdem können wir so eine uns noch unerschlossene Zielgruppe weltweit ansprechen. Bereits nach nur drei Wochen haben wir eine Artikelzahl im dreistelligen Bereich online verkauft. Zusätzlich bieten wir jetzt auch den Service Click & Collect an. Unsere Kunden können



so bequem online bestellen und die Produkte dann direkt im Kaufhaus vor Ort abholen. Unser eBay-Shop ist ein wichtiger Bestandteil auf dem Weg, den digitalen Anteil unseres Geschäftsmodells zu verstärken. Wir freuen uns auf die nächsten Schritte“, fasst Schaffrath-Geschäftsführer Marc Fahrig die Kooperation mit eBay zusammen. Und eBay ist überzeugt: Die Zukunft der Möbelbranche liegt im Online-Handel. Möbelhändler und -hersteller jeder Größe sollten daher den Weg ins Online-Geschäft einschlagen, um ihre vernetzte Käuferschaft nicht zu verlieren und ihren Geschäftserfolg mithilfe einer eigenen Multichannel-Strategie langfristig auszubauen.

Das Pilotprojekt Mönchengladbach bei eBay

Das Pilotprojekt Mönchengladbach bei eBay

Wie gut die Verflechtung von Online und Offline funktionieren kann, hat auch das erfolgreich abgeschlossene Pilotprojekt „Mönchengladbach bei eBay“ gezeigt, das der MÖBELMARKT auch im Rahmen des Top-Themas dieser Ausgabe beleuchtet: Durch eine Kooperation zwischen eBay und der Wirtschaftsförderung Mönchenglad-

moebelmarkt.de/ERFOLG