



Startseite

Sie sind hier: [Online-News](#) > [Mai 2010](#) > [E-Commerce: Die Zukunft der Möbelbranche?](#)

Go

Online-News

> Mai 2010

- > Möbelhaus Eggli wird verpachtet
- > Sind Sie Hänger ode Falter?
- > Rechenstunde KUCHEN
- > Tendence 2010: Internationale Trendplattform
- > Haka rüstet auf
- > E-Commerce: Die Zukunft der Möbelbranche?
- > Aktuelle Insolvenzen

> April 2010

> März 2010

> Februar 2010

> Jänner 2010

> Dezember 2009

> November 2009

Print Ausgabe

Point of Sale

Netzwerke

Messen/Events

Videos

Termine

Newsletter-Abo

Mediadaten

Suche

Impressum

E-Commerce: Die Zukunft der Möbelbranche?

Kein Vertriebsweg erzielt mit Möbeln vergleichbare Umsatzzuwächse. Die Unternehmensberatung Titze GmbH hat soeben die zweite, komplett aktualisierte Auflage ihrer richtungweisenden multi-client-Marktstudie zum Thema E-Commerce in der Möbel- und Einrichtungsbranche veröffentlicht. Die Studie bezieht sich zwar auf Deutschland, trifft aber in den tendenziellen Aussagen durchaus auch auf Österreich zu.

Schon im Frühjahr 2008 waren die Ergebnisse, die die Entwicklung der Online-Vermarktung von Möbeln aufzeigte, sehr positiv. Doch damit nicht genug, hat sich in den vergangenen knapp zwei Jahren der Vertriebsweg E-Commerce nochmal rasant weiterentwickelt und erzielt trotz Wirtschaftskrise die höchsten Umsatzzuwächse aller Vertriebswege im deutschen Einzelhandel. Die brandaktuelle Studie beleuchtet die derzeitige Marktsituation im Vertriebsweg E-Commerce und untersucht die unterschiedlichen Handelsstrukturen, benennt Marktteilnehmer und zeigt Trends auf. Erstmals liegt in der neuen Studie auch ein Schwerpunkt auf der Bedeutung der sozialen Netzwerke als Marketingchance für die Möbelbranche.

70% der Bevölkerung im Internet unterwegs

Die Zahl der Internetnutzer weltweit ist in den letzten Jahren drastisch angestiegen. Bereits heute sind rund um den Globus 1.734 Millionen Menschen online, also etwas mehr als 25% der Weltbevölkerung. Auch in Deutschland nutzt mittlerweile mit fast 70% ein großer Teil der Bevölkerung das Internet. Das Internet wird für viele verschiedene Anwendungen eingesetzt, von denen Onlineshopping ein besonders wichtiger ist im Hinblick auf die Zukunft des Einzelhandels. 32,5 Millionen Deutsche haben bereits Erfahrungen mit dem Einkauf im Internet gemacht. Mehr als ein Drittel der Deutschen kauft häufiger als einmal pro Monat im Internet ein. Die Zahl der Einkäufe, die ein Internetnutzer pro Jahr tätigt, steigt ständig an und liegt bei etwa 9,4 Kaufvorgängen pro Jahr. Parallel zur Nutzungsfrequenz steigt auch die tägliche Verweildauer im Internet: von 76 Minuten im Jahr 1997 auf 136 Minuten im Jahr 2009. Mit anderen Worten: Wer an einem durchschnittlichen Tag ins Netz geht, verbringt, alle Zugriffe addiert, mehr als zwei Stunden mit Internetangeboten. Ein Verhalten, dass sich erst in den letzten zwei Jahren entwickelt hat, ist die Tendenz auch unterwegs immer öfter mit dem Handy ins Internet zu gehen. Immer mehr Menschen nutzen inzwischen virtuelle soziale Netzwerke. Vor allem die jüngeren Konsumenten informieren sich ausführlich im Web 2.0, bevor sie ein konventionelles Ladenlokal betreten. Das bedeutet gleichzeitig, dass die Unternehmen, die nicht im Web 2.0 vertreten sind, häufig aus dieser ersten Auswahl herausfallen und für diese Zielgruppe nicht mehr als Kaufalternative in Frage kommen. Gerade durch die virtuellen sozialen Netzwerke wird der Kunde von morgen nicht zielgerichtet bestimmte Produkte suchen, sondern erst im Rahmen seiner Community auf bestimmte Produkte aufmerksam gemacht (weil sie zum Beispiel andere Nutzer schon besitzen und über sie schreiben). Interessant ist, dass es mittlerweile einige, wenn auch wenige Communities in Deutschland gibt, die sich mit der Thematik Möbel beschäftigen.

Resumee

Eine aktuelle Studie zum Onlineverhalten kommt zu dem Ergebnis, dass in Deutschland heute etwa 150.000 Onlineshops und gut 100.000 gewerbliche Ebay-Händler aktiv sind. Zu den Ebay-Händlern zählen dabei rund 15.000 sogenannte Powerseller. Die heutigen Onlineshops werden in vier Gruppen eingeteilt:

- Multi-Channel
- Stationärer Handel mit E-Commerce-Funktion
- Reinrassiger E-Commerce-Handle
- Sonstige E-Commerce-Konzepte

Dabei haben alle vier Onlinegruppen eine spezielle Bedeutung für die aktuelle Marktentwicklung. Mittlerweile gibt es eine ganze Reihe ursprünglich stationärer Möbelhändler, die nun auch in Onlineshops Präsenz zeigen. Allerdings betreiben nur 17 der 100 wichtigsten Möbelhändler einen eigenen Onlineshop.

Immerhin circa 12% aller Onlinekäufer geben jährlich mehr als 1.000 Euro für Einkäufe im Vertriebsweg E-Commerce aus. Ein weiteres Viertel aller Verbraucher, die auch online einkaufen, investieren aktuell zwischen 500 und 999 Euro pro Jahr.

Wer denkt, die Hersteller, die den Vertriebsweg E-Commerce beliefern, seien kleine, am Markt eher unbedeutende Firmen, der irrt gewaltig. Die dort vertretenen Hersteller lesen sich wie das "Who is Who" der Branche. Bei Küchen und Elektrogeräten sieht es nicht anders aus. Insgesamt hat Titze mehr als 1.000 Hersteller und 160 Onlineshops individuell erfasst. Das Umsatzvolumen des Vertriebsweges E-Commerce liegt addiert (Möbel, Küchen, Elektrogeräte und Wohnaccessoires) Ende 2009 bei immerhin 1.895 Mio. Euro mit stark wachsender Tendenz.

www.titze-online.de

