

Kontakt:

E-Commerce-Center Köln (ECC Köln)
c/o IFH Köln
Christina Fingerhut
Leiterin Unternehmenskommunikation

Tel.: +49 (0) 221 94 36 07-92
Fax: +49 (0) 221 94 36 07-99
c.fingerhut@ifhkoeln.de

www.ifhkoeln.de
www.ecckoeln.de

Farben, Gartenzubehör oder Werkzeug: Anbieter und Konsumenten sehen Potenzial für den Online-Vertrieb von DIY-Produkten

Der Online-Handel mit DIY-Produkten wird in Zukunft wichtiger werden, sowohl aus Händler- und Herstellersicht als auch aus Konsumentensicht. So die aktuelle ECC-Kurzstudie „Projekt online: Zugzwang für DIY-Akteure?“ in Zusammenarbeit mit CONTENTSERV, kernpunkt und OXID eSales. Anbieter müssen Kundenwünschen auch online gerecht werden.

Köln, 19. Februar 2015 – Mit einem Umsatzanteil von drei Prozent scheint der boomende Online-Handel die DIY-Branche (Do-It-Yourself) nur langsam zu erreichen. Dennoch besteht für den Online-Vertrieb von Werkzeug, Farben, Bastelbedarf und Co. großes Potenzial – sowohl aus Händler- als auch aus Konsumentensicht. Das zeigt die aktuelle Kurzstudie „Projekt online: Zugzwang für DIY-Akteure?“ des ECC Köln in Zusammenarbeit mit CONTENTSERV, kernpunkt und OXID eSales. So rechnen 85 Prozent der DIY-Händler und -Hersteller mit einer steigenden Bedeutung des Online-Handels für ihre Branche. Zudem glaubt jeder zweite der befragten Konsumenten, die in den letzten zwölf Monaten DIY-Produkte im Internet bestellt haben, zukünftig mehr für Produkte aus diesem Segment online auszugeben.

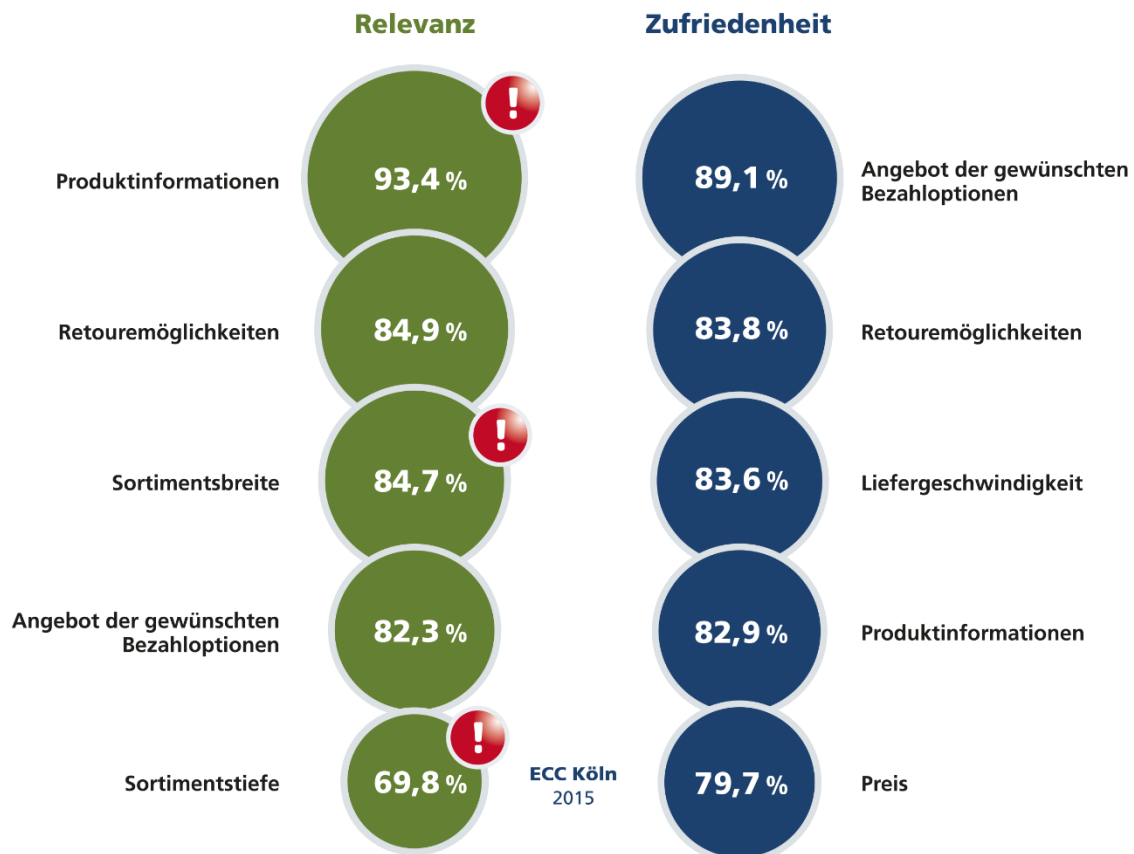
„Auch DIY-Händler und -Hersteller müssen online aktiv werden. Schon jetzt kauft jeder vierte befragte DIY-Online-Shopper häufiger online als in stationären Geschäften“, so Dr. Eva Stüber, Senior Projektmanagerin am ECC Köln. „Es gilt, weiterhin Hemmschwellen für die Online-Bestellung abzubauen und den Konsumentenwünschen auch online gerecht zu werden.“

Produktinformationen auch im DIY-Bereich besonders wichtig

Ausführliche und übersichtlich präsentierte Produktinformationen sind die wichtigste Konsumentenforderung an DIY-Online-Shops (93,4 %) – in puncto Zufriedenheit steht das Kriterium mit rund 83 Prozent jedoch nicht an erster Stelle. Nachbessern müssen die DIY-Shops auch in Sachen Sortimentsbreite: Eine gute Produktauswahl landet mit knapp 85 Prozent auf Rang drei der relevantesten Kriterien, schafft es aber bei der Zufriedenheit nicht einmal unter die Top fünf. Dabei ist dieser Aspekt besonders relevant, da viele Konsumenten das Internet zum gezielten Kauf von DIY-Produkten nutzen.

Produkteignung bereitet DIY-Händlern Sorgen

Zeitmangel oder hohe Kosten sind wie in vielen anderen Branchen auch aus Händlersicht Hürden für einen Einstieg in den E-Commerce. Hinzu kommt als größte Befürchtung, dass die Produkte nicht für den Online-Vertrieb geeignet seien. Auch die besonderen Anforderungen an die Logistik und die Retourenabwicklung sowie Bedenken, online eine adäquate Beratung anbieten zu können, bereiten den befragten DIY-Händlern Sorgen.



Wörter der Meldung: 355

Zeichen der Meldung (inkl. Leerzeichen): 2.695

Über die Kurzstudie

Wie sehen die Bedürfnisse der DIY-Online-Käufer aus? Was genau wünschen sie sich beim Online-Kauf und wo liegen die größten Fallstricke und Chancen aus Unternehmenssicht? Antworten liefert die Kurzstudie „Projekt online: Zugzwang für DIY-Akteure?“ des ECC Köln in Zusammenarbeit mit CONTENTSERV, kernpunkt und OXID eSales. Hierfür wurden im Oktober und November 2014 online 497 deutsche Konsumenten ab 20 Jahren (internetrepräsentativ), die in den letzten zwölf Monaten DIY-Produkte online gekauft haben, sowie telefonisch 100 DIY-Händler und -Hersteller befragt.

Die Studie steht zum kostenfreien Download zur Verfügung unter <http://e-commerce-im-diy.de/>

Über das ECC Köln

Das ECC Köln ist Experte für den Handel im digitalen Zeitalter. Eingebunden in das renommierte IFH Köln und sein großes Netzwerk begleiten die Experten des ECC Köln den E-Commerce bereits seit 1999. Händler, Hersteller und Dienstleister profitieren von der hohen Methodenkompetenz, den umfangreichen Marktdaten und dem strategischen Know-how des engagierten Teams. Das ECC Köln erstellt Forschungsarbeiten und Studien zu wichtigen Zukunftsthemen des Handels wie Cross-Channel-Management, Mobile Commerce oder Payment. In unternehmensspezifischen Projekten werden Kunden bei konkreten strategischen Fragen rund um E-Commerce- und Cross-Channel-Strategien, die Entwicklung neuer Märkte und Zielgruppen oder Fragen der Kanalexzellenz unterstützt.

Weitere Informationen unter www.ecckoeln.de

Über die CONTENTSERV GmbH

CONTENTSERV ist führender Anbieter für Enterprise Marketing Information Management-Lösungen zur webbasierten, hoch automatisierten Organisation und Umsetzung von Marketing- und Medienprozessen im Multichannel-Marketing. Für schnelle und konsistente Kommunikation in alle Kanäle – Online wie Offline. Produkt- und Mediendatenmanagement, Publikations- und Planungsprozesse werden mit CONTENTSERV zentral optimiert und gestrafft und dadurch hohe Kosten- und Zeiteinsparungen erzielt. Dies sorgt für ein schnelleres Time-to-Market und klare Wettbewerbsvorteile.

CONTENTSERVs Standard E-Shop-Schnittstellen verbinden das Beste aus Marketing, Information Management und E-Commerce. Produkte werden nur einmal im zentralen System gepflegt und von hier automatisch in sämtliche E-Shops und alle weiteren Kommunikationskanäle ausgeliefert. Zentral werden crossmediale Kampagnen koordiniert und weltweite Zielgruppen in ihrer Sprache angesprochen, dank des integrierten Übersetzungsmanagements.

Weitere Informationen: www.contentserv.com

Über die kernpunkt E-Commerce GmbH

Die kernpunkt E-Commerce GmbH ist ein eigenständiger Unternehmensbereich der kernpunkt GmbH und bietet Konzepte und Lösungen für erfolgreichen Multi-Channel E-Commerce. Das Expertenteam begleitet Kunden bei der Planung, Umsetzung und dem laufenden Betrieb ihrer Shop-Plattformen und kümmert sich zudem um die Skalierung sowie Vermarktung. Gemeinsam mit führenden Technologie-Partnern legt die kernpunkt E-Commerce GmbH ihren Fokus auf die Branche Heim & Garten und die zugehörige Zielgruppe im Do-It-Yourself-Umfeld.

Weitere Informationen: www.kernpunkt.de

Über die OXID eSales AG

Die Freiburger OXID eSales AG ist einer der führenden Anbieter von E-Commerce-Lösungen. Unzählige erfolgreiche B2C- und B2B-Shop-Betreiber aus verschiedenen Branchen schätzen Skalierbarkeit, Modularität und Qualität der OXID Plattform. Bei der Implementierung profitieren Kunden von den flexiblen Anpassungsmöglichkeiten innerhalb der Standardsoftware, dem Know-how der über 100 zertifizierten OXID Solution Partner und im laufenden Betrieb vom direkten Kontakt zu Support und Entwicklung des Herstellers. OXID eShop wird als Commercial Open Source Software entwickelt und veröffentlicht. Die Vorteile sind höhere Innovationsgeschwindigkeit, qualitativ hochwertigere Entwicklungen und langfristige Investitionssicherheit für die Nutzer.

Weitere Informationen: www.oxid-esales.com