



PRESSEMITTEILUNG

Kontakt:

ECC 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.ecckoeln.de

ECC-Preismonitor DIY: Plus.de und Garten XXL besonders preisdynamisch – Baumärkte online mit Sortimentslücken

Grills, Rasenmäher und Gartenhäuser sind die aus Konsumentensicht relevantesten Online-Produkte im DIY-Bereich. Die meisten dieser DIY-Top-Online-Produkte bietet der Online-Marktplatz Hitmeister an. Plus.de und GartenXXL sind besonders preisdynamisch. Plus.de bietet zudem die meisten Top-Online-Produkte zum Bestpreis an.

Köln, 3. September 2015 – Grills, Rasenmäher und Gartenhäuser – das sind die Top-Online-Produkte aus dem DIY-Bereich. Sie werden besonders häufig in Online-Preissuchmaschinen recherchiert und haben Top-Seller-Platzierungen auf großen Online-Marktplätzen – und sind somit für Konsumenten online am relevantesten. Das zeigt der aktuelle ECC-Preismonitor, für den das ECC Köln gemeinsam mit metoda insgesamt 1.184 Top-Online-Produkte aus dem DIY-Bereich ermittelt hat. Bosch ist als Marke am stärksten unter den Top-Online-Produkten vertreten, gefolgt von Weber, Einhell und Gardena.

Online-Marktplätze mit breitem DIY-Sortiment

Ein besonders breites DIY-Sortiment zeigen Online-Marktplätze. Hitmeister ist hierbei Spitzenreiter: Der Marktplatz führt 58 Prozent der Top-Online-Produkte im Sortiment, gefolgt vom Amazon Marketplace mit 48 Prozent. Baumärkte stehen hingegen klar hinten an: Aus dem stationären Geschäft bekannte Händler wie Hornbach und Hagebau haben nur rund elf Prozent der Top-Online-Produkte im Angebot. Bei OBI sind es sogar nur sechs Prozent und bei Bauhaus lediglich ein Prozent.

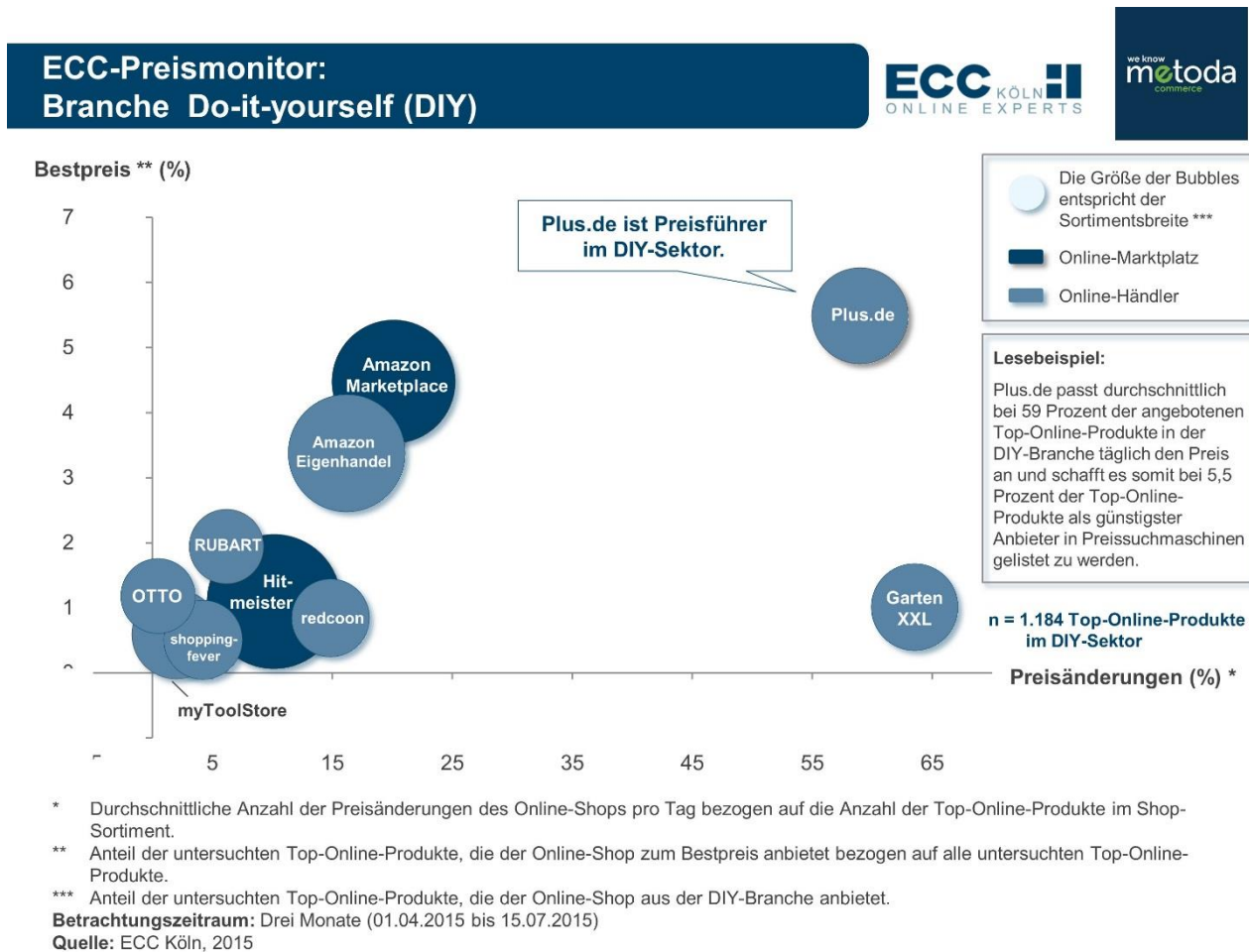
„Wer online relevant sein will, muss sein Angebot konsequent an Konsumentenbedürfnissen ausrichten. Das sollten sich auch bekannte stationäre Player auf die Fahne schreiben“, rät Sabrina Mertens, Leiterin des ECC Köln.

Plus.de mit mehr Bestpreisen als Amazon

Die preisdynamischsten Online-Shops sind Plus.de und GartenXXL: Sie passen im Durchschnitt die Preise von 60 Prozent bzw. 64 Prozent der Top-Online-Produkte täglich an. Bereits mit deutlichem Abstand folgen die Händler des Amazon Marketplace, die bei rund 20 Prozent der angebotenen Top-Online-Produkte täglich den Preis variieren. Schnäppchen finden DIY-Shopper insbesondere bei Plus.de. Online-Shopper können hier knapp sechs Prozent der untersuchten DIY-Produkte zum Bestpreis erwerben. Damit liegt der Online-

Pure-Player noch vor dem Amazon Marketplace (5 %) und dem Amazon Eigenhandel (3 %). Der Blick auf die Baumärkte zeigt: Hornbach bietet verglichen mit seinen Wettbewerbern die meisten Top-Online-Produkte aus dem DIY-Bereich zum Bestpreis an (3 %). OBI und Hagebau kommen jeweils lediglich auf einen Anteil von unter einem Prozent.

„Unsere Marktanalysen zeigen, dass ein attraktives Produktsortiment mindestens genauso relevant ist wie die richtigen Preise. Beide Faktoren können den Umsatz und Ertrag mindestens im zweistelligen Prozentbereich verbessern“, so Stefan Bures, Geschäftsführer der metoda GmbH.



Wörter der Meldung: 376

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 2.901

Über den ECC-Preismonitor

Dynamic Pricing ist das neue Buzz-Word im Online-Marketing. Um dem starken Wettbewerb immer einen Schritt voraus zu sein, müssen Online-Händler die optimale Platzierung in Preissuchmaschinen erreichen – sonst werden sie gerade bei leicht vergleichbaren Markenprodukten von potenziellen Kunden übersehen und lassen sich damit wertvolle Umsätze entgehen. Mit dem Preismonitor untersucht das ECC Köln in Zusammenarbeit mit metoda folgende Fragestellungen:

- Sortimentsabdeckung: Welcher Online-Shop deckt die meisten onlinerelevanten Produkte ab?
- Preisführerschaft: Welcher Online-Shop bietet seine Produkte am häufigsten zum Bestpreis an?
- Dynamic Pricing: Wer passt am häufigsten seine Preise an?
- Entwicklung Preisniveaus: Wie entwickeln sich die Preise verschiedener Branchen, Produkte oder Produktkategorien?

Hierbei werden wechselnd verschiedene Branchen unter die Lupe genommen. Weitere Informationen finden Sie unter auf der [Website des ECC Köln](#).

Über das ECC Köln

Das ECC Köln ist Experte für 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 metoda – Methoden, Tools und Daten für erfolgreichen E-Commerce

metoda ist einer der weltweit führenden Anbieter für Echtzeit-Marktanalysen im E-Commerce. Mit Zugriff auf über eine Milliarde Preis-, Produkt-, Markt- und Trenddaten verfügt metoda über die erfolgsrelevanten Marktinformationen für Marktbeobachtung, Preisoptimierung, Lagerplanung, Sortimentsgestaltung, Channelmonitoring u. v. m. für Händler und Hersteller.

www.metoda.com