

PRESSEMITTEILUNG

HANDEL VS. HERSTELLER: GROßES POTENZIAL FÜR D2C IM HEIM- UND GARTENBEREICH

Neues Thesenpapier von ECC KÖLN und synaigy zeigt: Direktvertrieb im Bereich Heim und Garten gewinnt an Relevanz. Während Hersteller in puncto Image positiver wahrgenommen werden als Händler, gibt es vor allem im Bereich Convenience Nachholbedarf. Anforderungen an Onlineshops und Services von Herstellern sind hoch.

Köln, 13. September 2023 — Knapp acht von zehn Konsument:innen (77 %) kaufen Produkte aus dem Heim- und Gartenbereich vor allem aus Gewohnheit im (Fach-)Handel. Dabei sind die meisten grundsätzlich an einem Direktkauf bei Herstellern ohne Zwischenhändler interessiert; 42 Prozent haben diese Möglichkeit bereits mindestens einmal genutzt, unter den 18- bis 29-Jährigen sind es sogar 54 Prozent. Beklagt werden jedoch ein mangelndes Angebot (61 %) sowie die fehlende Bekanntheit der Anbieter (55 %). Das zeigt das neue Thesenpapier „Vertriebsmodell D2C im Heim- und Gartenbereich“ des ECC KÖLN in Zusammenarbeit mit synaigy, für das mehr als 500 Käufer:innen aus dem Heim- und Gartenbereich befragt wurden. Die Kritikpunkte spiegeln sich auch bei einem Blick auf das Kaufverhalten wider: Während Spontankäufe (80 %) und der Wunsch nach sofortiger Verfügbarkeit (69 %) eher zu einem Kauf beim Händler führen, werden bei der Suche nach Informationen zur Herstellung (76 %) und Ersatzteilen (70 %) Hersteller präferiert. Mit Blick auf die Zukunft gewinnt das Thema Direct-to-Consumer (D2C) in der Branche noch stärker an Bedeutung. So schätzen 59 Prozent der bisherigen Nicht-D2C-Käufer:innen und 71 Prozent der D2C-Käufer:innen die Relevanz des Direktvertriebs in den kommenden fünf Jahren als (sehr) hoch ein.

Next Level Customer Experience durch Direktvertrieb

Eine gut umgesetzte D2C-Strategie zahlt insbesondere auf die Customer Experience ein, da Hersteller die Prozesse entlang der gesamten Customer Journey nahtlos umsetzen können. Bereits heute wird das Image der Hersteller unter anderem bei den Aspekten Vertrauen (47 %), Sicherheitsgefühl (41 %) und Bindung zum Anbieter (41 %) besser bewertet als das der Händler.

„Strategisches D2C stellt für viele Markenhersteller eine sinnvolle Ergänzung ihrer traditionellen Vertriebskanäle dar. Der unmittelbare Kontakt zu den Kund:innen kann nicht nur Gewinnmargen erhöhen, er bietet auch wertvolle Einblicke in das Kaufverhalten und erleichtert damit Produktanpassungen sowie gezielte Marketingstrategien,“ erklärt Dr. Kai Hudetz, Geschäftsführer des IFH KÖLN und Gründer des ECC KÖLN.

Nachholbedarf auf Herstellerseite gibt es vor allem im Bereich Convenience, die neben einem günstigen Preis und einer hohen Produktqualität kaufentscheidend ist. Hier können eher Händler mit einer großen Produktauswahl und einem vielfältigen Zahlungsangebot überzeugen.

Hohe Anforderungen an Onlinekauf

Um überhaupt in das Relevant Set der Konsument:innen zu gelangen, ist die digitale Sichtbarkeit entscheidend. Jede:r zweite D2C-Käufer:in wurde in erster Linie über Suchmaschinen wie Google auf

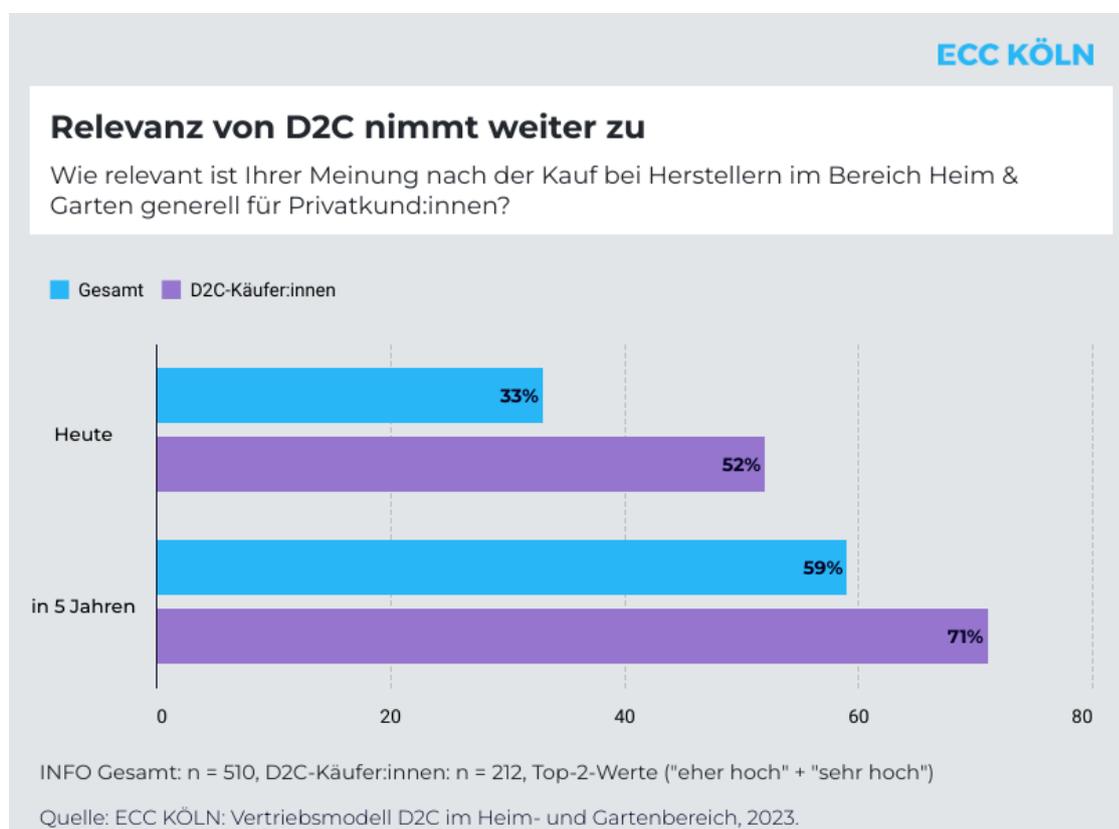
Hersteller aus dem Bereich Heim und Garten aufmerksam. Sieben von zehn Befragten sehen in der Onlinesichtbarkeit von Herstellern allerdings noch Nachholbedarf. Beim Onlinekauf selbst haben Konsument:innen an Hersteller ähnlich hohe Ansprüche wie an Händler, insbesondere hinsichtlich Information, Schnelligkeit und Convenience.

„Eine ansprechende Gestaltung der Onlinekanäle wird zum Must-have. Neben einem schnellen und unkomplizierten Bestellvorgang, erwarten Konsument:innen eine übersichtliche Darstellung sowie ausführliche Produktbeschreibungen samt qualitativ hochwertiger Produktbilder,“ kommentiert Joubin Rahimi, Geschäftsführer von synaigy, die Studie.

Aber auch die angebotenen Services müssen stimmen. So tragen vor allem Angebote in der Nachkaufphase wie eine kostenfreie Lieferung (81 %) oder unkompliziertes Retourenmanagement (77 %) für die Mehrheit der Konsument:innen zur Kaufhäufigkeit bei.

Wörter der Meldung: 531

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 3.931



Die Grafik kann zur journalistischen Weiterverwendung [hier](#) heruntergeladen werden.

Daten und Grafiken aus dieser Pressemitteilung dürfen nur im Rahmen journalistischer oder redaktioneller Zwecke genutzt werden. Die werbliche und kommerzielle Nutzung sowie Aufbereitung für eine vertragsbasierte Weitervermarktung sind untersagt. Dies gilt insbesondere für Statistikportale.

Über die Studie

Im Thesenpapier "Vertriebsmodell D2C im Heim- und Gartenbereich" untersuchen das ECC KÖLN und synaigy unter anderem Relevanz, Herausforderungen und Chancen einer D2C-Strategie im Bereich Heim & Garten. Hierfür wurden 510 Konsument:innen online befragt, die innerhalb der letzten zwölf Monate mindestens ein Produkt aus diesem Bereich für private Zwecke gekauft haben.

Die Ergebnisse der Studie stehen [hier](#) zum Download zur Verfügung.

Auch im Rahmen der ECC WEB TALKS wird das Thesenpapier vorgestellt. Am 26.09.2023 um 14 Uhr geben Dr. Kai Hudetz und Julia Frings gemeinsam mit Joubin Rahimi von synaigy Einblicke in die Studienergebnisse. Jetzt kostenfrei zum ECC WEB TALK „D2C als Must-have für Hersteller?“ [anmelden](#).

Über das ECC KÖLN

Seit 1999 ist das ECC KÖLN als Tochtermarke des renommierten IFH KÖLN (Institut für Handelsforschung) eine treibende Kraft im E-Commerce. Unser Ziel ist es, Händler, Hersteller und Lösungsanbieter eine einzigartige und exklusive Wissens-, Beratungs- und Networking-Plattform zu bieten, um sie fit für die Zukunft des Handels zu machen. Mit unserem Netzwerk ECC CLUB haben wir eine inspirierende und stark vernetzte Community aus allen Handelsbranchen geschaffen. Unsere Strategiefachleute rund um ECC NEXT begleiten Unternehmen strategisch in die digitale Zukunft.

Mehr unter: www.ecckoeln.de

Über synaigy

Das Team von synaigy arbeitet mit Leidenschaft an der perfekten digitalen Kundeninteraktion. Mit mehr als 70 Experten sind wir innerhalb der TIMETOACT GROUP mit über 500 Mitarbeitern die Spezialisten für alles rund um digitales Marketing, E-Commerce und E-Service. Aus Dortmund und Köln sowie den Standorten der Gruppe, verteilt über ganz Deutschland sowie Österreich, Schweiz und die Niederlande, betreuen wir Kunden in Europa.

Mehr unter: <https://www.synaigy.com>