

# Starker Schub beim Online-Möbelhandel

Der Einkauf über das Internet erfährt in der Corona-Krise einen starken Schub. Auch bei den deutschen Möbelherstellern habe das Online-Geschäft in den vergangenen zwölf Monaten spürbar angezogen, berichtete Jan Kurth, Geschäftsführer der Möbelverbände (VDM/VHK), bei der Online-Veranstaltung „Möbel-Digit@l: Chancen im Onlinehandel nutzen“, die gemeinsam mit dem Daten Competence Center (DCC) organisiert wurde.

„In der Pandemie ist die Bereitschaft der Verbraucher zum Möbelkauf ohne vorheriges Probesitzen und ohne Live-Erlebnis massiv gestiegen“, so Arne Stock, Vorstand der Online-Plattform moebel.de. So sei der Umsatz seiner Handelspartner zeitweise um bis zu 90% gestiegen. Mittlerweile beginne nahezu jeder Kaufwillige seine Möbelsuche mit einer Recherche im Internet. Für die Hersteller sei daher ein intensives Online-Marketing unabdingbar, damit ihre Möbel im Netz sichtbar sind.

Für ein gelungenes Einkaufserlebnis im Internet komme es zunächst auf eine ansprechende Visualisierung der Produkte an, etwa mit 3D-Ansichten im eigenen Raum, sagte Felix Huber, der beim Online-Händler Wayfair für die Akquise und das Onboarding neuer Lieferanten verantwortlich ist. Um die Kunden zufriedenzustellen, seien zudem Aspekte wie Sortimentsbreite, Verfügbarkeit, Auftragsabwicklung und Kundenservice entscheidend.

Mit einem neuartigen 3D-Online-Konfigurator will der oberfränkische Polstermöbelhersteller W. Schillig seine Kunden ansprechen und gleichzeitig seine Marke schärfen. Mit dem Konfigurator können sich die Kunden ihr individuelles Wunschsofa zusammenstellen und es sich in fotorealistischer Qualität in ihrem eigenen Wohnzimmer anzeigen lassen. Bei den Verbrauchern stöße die Funktion auf große Resonanz, berichtete Erik Stamberger, geschäftsführender Gesellschafter der W. Schillig Polstermöbelwerke GmbH & Co. KG.



VDM-Geschäftsführer Jan Kurth: „Sehr dynamische Entwicklung des Online-Möbelhandels. Foto: VDM