

Wie man Online-Kunden zum Kauf animiert

Sechs Fragen zum Weihnachtsgeschäft bei eBay an Andreas Häntsch, Director Home & Garden | Neue Konzepte

Die Möbelbranche bereitet sich online wie offline auf die umsatzstärkste Zeit des Jahres vor. Was der Online-Marktplatz eBay zu Weihnachten geplant hat, welche Produkte stark gefragt sind und wie Händler und Hersteller den Zeitraum am besten nutzen, verrät Andreas Häntsch, Director Home & Garden bei eBay in Deutschland.

MM: Herr Häntsch, was bedeutet das Weihnachtsgeschäft für den Online-Marktplatz eBay?

Andreas Häntsch: Das vierte Quartal des Jahres ist auch bei uns der Zeitraum mit den meisten Verkäufen. In einigen Kategorien, zum Beispiel Spielzeug, entfällt mehr als die Hälfte des gesamten Transaktionsvolumens auf die drei letzten Monate des Jahres. Im Bereich Möbel & Wohnen zieht das Geschäft ab Oktober ebenfalls an. Damit Händler diesen Zeitraum optimal nutzen können, starten wir jedes Jahr frühzeitig mit zahlreichen Werbeaktivitäten, um die Vorfreude der Käufer auf Weihnachten mit passenden Verkaufsförderaktionen aufzugreifen. Marketingaktionen rund ums Schenken, die Dekoration für die Feiertage bis hin zum Thema Last-Minute-Geschenke locken die Online-Kunden in die eBay-Shops unserer Händler. Als Online-Marktplatz ist für uns natürlich auch die Cyber Week mit dem Black Friday im November ein großes Event, für das wir attraktive Aktionen planen.

MM: Wie profitieren Händler von den Verkaufsförderaktionen?

Häntsch: Möbelhändler und -hersteller, die bei eBay verkaufen, können allein in Deutschland potenziell 17 Millionen aktive Käufer erreichen. Weltweit sind es sogar 175 Millionen. Damit bieten wir ihnen einen zusätzlichen Absatzkanal mit hoher Reichweite. Mit unseren Marketing-Kampagnen erhöhen wir zu verkaufstarken Zeiten zusätzlich den Traffic auf der Plattform und damit die Verkaufschancen der Händler. Bei großen Verkaufsförderaktionen wie der Cyber Week wird automatisch das Inventar der Händler mitbeworben, deren Angebote in das Profil der stark nachgefragten Produkte während dieses Zeitraums fallen. Andere Werbeformate besprechen wir gemeinsam mit den Händlern, deren Sortiment dafür infrage kommt. Das können Flash Sales, Coupons oder der eBay-Adventskalender mit Gewinnspielen und Rabattaktionen sein. Über Werbeflächen werden dann für den Nutzer in den entsprechenden Kategorien gezielt die Angebote der teilnehmenden Händler eingeblendet. Für die Weihnachtssaison 2018 haben wir eine Marketing-Kampagne, unter anderem mit TV-Spots, geplant, in der wir auf die spannende Angebotsbreite bei eBay aufmerksam machen. Nutzer werden so auf der Suche nach passenden Produkten zum Fest zu eBay und damit auch in die Kategorie Möbel & Wohnen geleitet – übrigens eine der größten Kategorien im Bereich Haus & Garten auf dem deutschen Online-Marktplatz.

MM: Welche Produkte werden im Bereich Möbel & Wohnen jetzt im Fokus stehen?

Häntsch: Im vierten Quartal nehmen wir Kategorien der dunklen Jahreszeit, nämlich Beleuchtung, Kamine und Dekorationen, in den Fokus. Polstermöbel wie Sofas und Sessel, aber auch Tische und Stühle sowie Kommoden sind Produktgruppen, die wir ebenfalls hervorheben. Zu den Feiertagen sind natürlich die Bereiche Feste & Anlässe sowie Kochen & Genießen mit Produk-



Andreas Häntsch, Director Home & Garden, Collectibles, Toys and B2B bei eBay Deutschland, verantwortet u. a. die strategische Ausrichtung und Weiterentwicklung des Bereichs Haus & Garten des deutschen eBay-Marktplatzes. Foto/Grafik: eBay

ten wie Töpfen, Küchenhelfern oder Besteck besonders attraktiv. Vor allem Markenware ist hier stark nachgefragt. Aufgrund der hohen Markenaffinität der eBay-Nutzer im Bereich Möbel & Wohnen planen wir, unser Partnerprogramm für Marken und Hersteller weiter auszubauen. Damit können Marken ihren Auftritt bei eBay individuell im Markendesign gestalten und entscheiden selbst, welche Produkte auf dem Online-Marktplatz von welchem Händler verkauft werden. Mittlerweile nutzen schon über 300 Marken und Hersteller die eigene Präsenz bei eBay.

MM: Welche Zielgruppen will eBay ansprechen?

Häntsch: Als großer Marktplatz sprechen wir alle Käufergruppen an, unabhängig von Alter, Einkommen oder Lebensstil. Sowohl der preisbewusste oder wertorientierte als auch der markenaffine Käufer findet bei eBay die passenden Angebote. Zurzeit verstärken wir unsere Marketing-Aktivitäten, um die jüngeren Online-Shopper ab 18 Jahren anzusprechen. Über unsere

neue Shopping-Plattform „Catch“ und über Social-Media-Kanäle erreichen wir Millennials mit einer großen Auswahl an Trendprodukten zu günstigen Preisen. Im Bereich Möbel & Wohnen stehen vor allem familienorientierte Käufer im Fokus: werdende Mütter zum Beispiel, die die Einrichtung des Kinderzimmers planen, oder Eltern, die aufgrund eines gestiegenen Haushaltseinkommens in Wohnung oder Haus investieren.

MM: Im deutschen Möbelmarkt spielt das Nachweihnachtsgeschäft eine große Rolle. Spüren Sie das auch auf dem Online-Marktplatz?

Häntsch: Auf jeden Fall, denn nach dem Weihnachtsfest wollen viele Konsumenten ihre Geldgeschenke ausgeben und sich oft selbst eine Freude machen. Bei eBay verzeichnen wir noch in den Wochen nach Weihnachten eine große Nachfrage nach Möbeln – vor allem Tische, Stühle, Kommoden und TV-Möbel. Speziell in der Woche vor dem Jahreswechsel ist die Kategorie Kochen & Genießen stark gefragt. Küchenmesser, Töpfe und Besteck sind hier die meistgesuchten Artikel. Das Silvester-Menü ist fast wichtiger als das Weihnachtssessen.

MM: Welche Tipps geben Sie Händlern und Herstellern für ein erfolgreiches Weihnachtsgeschäft bei eBay?

Häntsch: Bei der Sortimentsplanung sollten sie natürlich die angesagten Kategorien im Blick haben. Die wichtigsten habe ich bereits genannt. Beim Einstellen der Angebote sind gute Produktbilder das A und O, denn die eBay-Nutzer entscheiden bereits anhand der Abbildung, ob sie sich einen Artikel näher ansehen. Ebenso wichtig sind treffende Artikelbeschreibungen und die Angabe relevanter Artikelmerkmale. Um die Händler dabei zu unterstützen, stellen wir als Marktplatz umfangreiche Daten zur Verfügung. Zudem können Händler die Performance ihrer Angebote messen und vergleichen und so schnell Optimierungs-Potenziale erkennen. Mit diesen und weiteren Services unterstützen wir Händler bei ihrem Verkaufserfolg – nicht nur zum Weihnachtsgeschäft, sondern über das ganze Jahr. Denn nur wenn unsere Händlerinnen und Händler erfolgreich sind, sind wir es auch.

moebelmarkt.de → BUSINESS FORUM

Das waren die meistgesuchten Begriffe der eBay-Nutzer im Dezember 2017.

ebay forbusiness

Die Top 20 Suchanfragen im Bereich Möbel & Wohnen

Quelle: eBay interne Daten, 2018

Dezember 2017

1. Weihnachtsbaum
2. Sofa
3. Weihnachtsdeko
4. Lichterkette
5. Teppich
6. Kuechen Schneide Brett Holz
7. Tupperware
8. Kleiderschrank
9. Schreibtisch
10. Bett
11. LED
12. LED Strahler
13. Kommode
14. Bilderrahmen
15. Couchtisch
16. LED Deckenlampe
17. LED Lichterkette
18. Schminktisch
19. Esstisch
20. Regal