

INHALT

1	E-COMMERCE IN DER MÖBELBRANCHE	9
1.1	Die Sehnsucht nach schwarzen Zahlen	10
1.2	Wie die Digitalisierung die Branche verändert	12
1.3	Onlineshop-Trends 2016	16
1.4	Digitale Intelligenz für den Möbelhandel	20
1.5	Barrieren abbauen, online aufholen	21
2	BEST-PRACTICE-BEISPIELE	23
2.1	Otto Group: Geschäftsmodelle im Wandel	24
2.2	Ikea: Nicht in Kanälen denken	26
2.3	Moebel.de: Gemeinsamer Erfolg im Netz	32
2.4	Rakuten.de: Auf dem Weg zum größten Möbel-Marktplatz Europas	33
2.5	Home24: Strategien für mehr Profitabilität	35
2.6	Ebay: Fünf Multichannel-Konzepte für Händler aller Größen	38
2.7	Urbanara: Auf konservativem Wachstumskurs	40
3	NEW PLAYER	43
3.1	„Schöner Wohnen“ launcht eigenen Onlineshop	44
3.2	99Chairs: Vollständige Interior-Konzepte per Mausclick	45
3.3	Porta: „Quartier“ ist wieder am und im Netz	47
3.4	Mycs will bis ganz an die Spitze	48
3.5	Wer sonst noch mitmischt	50
4	ALEXA-RANKING	53
4.1	Alexa – Methode und Aussagekraft	55
4.2	Das Ranking im deutschen Markt	56
4.3	Die meisten Seitenaufrufe	61
4.4	Die höchste Verweildauer	66
4.5	Die niedrigste Absprungrate	71
4.6	Wer bei Google ganz oben steht	76
5	ONLINESHOP-VERZEICHNIS	79
5.1	Stationärer Möbelhandel	80
5.2	Hochwert-/Designmöbel	111
5.3	Möbel-Filialisten	125
5.4	Multichannel-Versender	153
5.5	Portale/Marktplätze	175
5.6	Internet-Pure-Player	190
5.7	Shopping-Clubs	277
5.8	Möbelindustrie	285
5.9	Baumärkte/DIY	291

6	STATISTIK: ZAHLEN AUS DER BRANCHE	297
6.1	E-Commerce: Möbel deutlich im Plus	298
6.2	Die Top 5 der stärksten Onlineshops	300
6.3	Wer kauft wie im Netz?	301
6.4	Möbelkauf online: 85 Euro pro Sekunde	302
6.5	Hochwertmöbel: Direktvertrieb im Netz legt zu	302
6.6	Küche: Online recherchiert, stationär gekauft	304
6.7	Omnichannel: Diese Service-Sets sind Pflicht	306
6.8	Logistik: B2B-Versender auf Wachstumskurs	307
6.9	Service: Kundenansprache in Echtzeit gewinnt an Bedeutung	308
7	MATRATZEN – DAS HEISSESTE ONLINEPFLASTER	311
7.1	Der Schlafenmarkt wird aufgemischt	312
7.2	Eve Matress: Durchstarter aus London	314
7.3	Tripos GmbH setzt auf buddysleep.de	315
8	KÜCHE: HANDEL SETZT AUF HYBRID-MODELLE	317
8.1	Kesseböhmer undercover im Web	318
8.2	Online, offline, international: Kiveda probiert sich aus	321
8.3	Küchen Quelle expandiert mit Conceptstores	322
8.4	Miele baut Onlinevertrieb auf	323
8.5	Tischmanier: Portal für die schnelle Küche	324
9	OUTDOOR: DAS GARTEN-COMMERCE WÄCHST	327
9.1	Dynamik im E-Commerce mit Outdoormöbeln	328
9.2	Gartenmoebel.de: Der Spezialist für Rattan wächst zweistellig	331
9.3	Garten-und-Freizeit.de: Seit 11 Jahren erfolgreich im Netz	332
9.4	GartenXXL.de: Mit XXL-Community bei Facebook	333
10	DIE ONLINE-OFFENSIVEN DER VERBÄNDE	335
10.1	Mehrheit der Verbände ist online präsent	336
10.2	Europa Möbel-Verbund: Die Website als Chance	337
10.3	Einrichtungspartnerring VME: Intelligente Shopoberfläche erfolgreich weiterentwickelt	339
10.4	Alliance: Webauftritt mit neuen Features	340
10.5	EK Servicegroup: Kostengünstiger und professioneller Einstieg ins E-Commerce	342
10.6	MHK: Mit neuem Webportal in die Digitaloffensive	343
10.7	KüchenTreff geht unter die Blogger	344
10.8	Die Web-Aktivitäten der Verbände im Überblick	346

11 SERVICES UND DIENSTLEISTUNGEN	349
11.1 Hochdruck an den Schnittstellen	350
11.2 Logistik: Handel ohne Grenzen	356
11.2.1 Hermes: Full-Service-Anbieter im E-Commerce	356
11.2.2 DHL feilt am Service und Netzwerkausbau	359
11.2.3 Rhenus: Mehr Lagerfläche in Ballungsräumen	362
11.3 Payment: Zahlungssysteme im Wandel	364
11.3.1 Bezahlen im Web soll sicherer werden	364
11.3.2 Der Checkout-Prozess entscheidet	365
11.3.3 Rechnung verliert deutlich	366
11.4 IT: Omnichannel-Lösungen sind gefragt	367
11.4.1 IT-Budgets steigen	367
11.4.2 Skalierbare Plattformen boomen	368
11.4.3 Industrie 4.0 – die totale Vernetzung	369
12 DICTIONARY	371
Alle Begriffe rund um E-Commerce und Onlineshopping	372