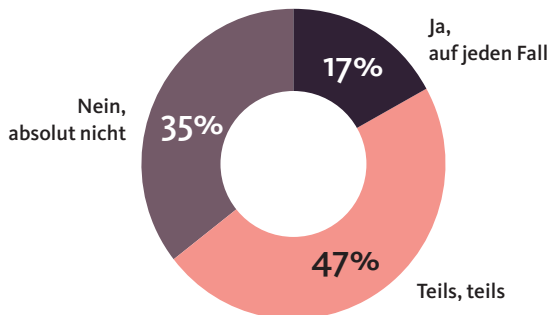
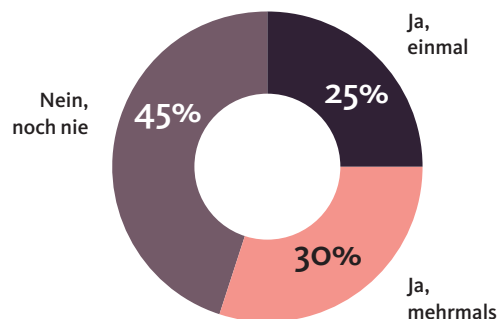


BIST DU GRUNDSÄTZLICH DAFÜR OFFEN, MÖBEL UND EINRICHTUNGSGEGENSTÄNDE ONLINE ZU KAUFEN?



HAST DU SCHON MAL MÖBEL ODER EINRICHTUNGSGEGENSTÄNDE ONLINE GEKAUFT?



BONIAL-UMFRAGE ZUM E-COMMERCE

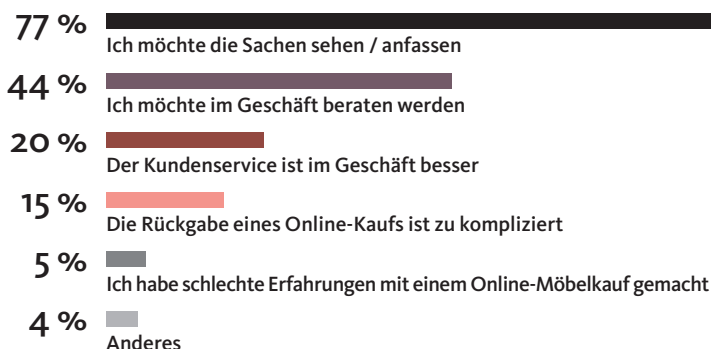
JEDER DRITTE WILL MÖBEL NICHT ONLINE KAUFEN

Immer mehr Menschen setzen aufs Online-Shopping. Aber gilt das wirklich auch bei Möbeln? Dieser Frage ist Bonial in seiner aktuellen Umfrage exklusiv für die „möbel kultur“ nachgegangen – und hat durchaus **überraschende Antworten** erhalten.

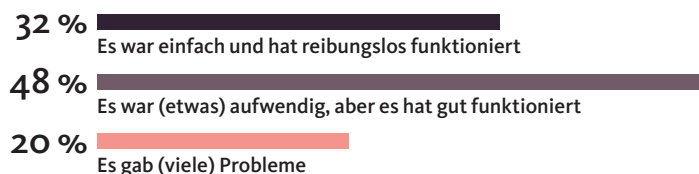
Der Möbel-E-Commerce ist für viele Verbraucher:innen nicht die beste Lösung. 35 Prozent wollen nicht online kaufen.

Illustration: freepik

WARUM KOMMT FÜR DICH EIN ONLINE-MÖBELKAUF NICHT IN FRAGE?



WIE GUT HAT DIE RÜCKGABE VON ONLINE GEKAUFTEN MÖBELN FUNKTIONIERT?



Quelle: Bonial, Umfrage 2/24, Grafiken: möbel kultur

Online-Shopping ist aus unserem Alltag nicht mehr wegzudenken. Vor allem Bekleidung, Elektroartikel und Bücher stehen dabei hoch im Kurs. Aber gehören auch Möbel inzwischen ganz selbstverständlich auf die Online-Einkaufsliste? Dieser Frage ist jetzt Bonial in einer Umfrage exklusiv für „möbel kultur“ nachgegangen. Der Marktführer im Bereich der digitalen Angebotskommunikation verfügt mit seinen Portalen „kaufDA“ und „MeinProspekt“ über rund 13,8 Mio. Nutzer:innen monatlich. An der aktuellen Befragung, die im Februar 2024 durchgeführt wurde, haben sich mehr als 1.120 Personen beteiligt.

SKEPSIS BEIM ONLINE-KAUF

Die Ergebnisse überraschen durchaus. Während in vielen Branchen die E-Commerce-Zukunft beschworen wird, gilt dies für die Möbelbranche offensichtlich nicht

uneingeschränkt. Denn lediglich 17 Prozent der Umfrage-Teilnehmer:innen sind „auf jeden Fall“ dafür offen, Möbel und Einrichtungsgegenstände online zu kaufen. 47 Prozent ziehen dies nur teilweise in Betracht und für 35 Prozent kommt es „absolut nicht“ in Frage. Hinter dieser ablehnenden Haltung stecken nur selten schlechte Erfahrungen mit einem Onlinekauf. Lediglich fünf Prozent geben dies als Grund an. Entscheidend ist vielmehr der Wunsch, die Möbel und Einrichtungsgegenstände vor dem Erwerb live sehen und anfassen zu können (77 %). Auch die Beratung vor Ort in einem Geschäft ist ein wichtiges Kriterium (44 %). Darüber hinaus ist ein Online-Möbelkauf für die Befragten keine Option, weil sie den Kundenservice am PoS für besser halten (20 %) und weil sie die Rückgabe eines so getätigten Kaufs als kompliziert einstufen (15 %).

Dementsprechend gibt es viele, die noch nie einen Einrichtungsgegenstand online gekauft haben. In der Bonial-Umfrage traf dies auf 45 Prozent der Teilnehmer:innen zu. 25 Prozent haben bisher einmal im E-Commerce Möbel gekauft und 30 Prozent mehrmals.

BELIEBTE KATEGORIEN

Die Umfrage-Teilnehmer:innen, die offen sind für Möbel-E-Commerce, würden mit 53 Prozent am ehesten Heimtextilien und Bettwaren online erwerben. Es folgen Accessoires (49 %), Tische und Stühle (31 %), Schränke (29 %) sowie Matratzen (25 %). Bei Sofas und Polstermöbeln kommt dies nur noch für 23 Prozent in Frage und bei Betten für 19 Prozent. Küchenmöbel stehen auf der Online-Einkaufsliste mit 16 Prozent ganz hinten.

Grundsätzlich ist hierbei vor allem das mittlere Preissegment interessant (35 %). Nur 13 Prozent der Befragten würden im Discount online kaufen und sogar nur vier Prozent im gehobenen Preisbereich. Wenn sich die Umfrage-Teilnehmer:innen für den E-Commerce entscheiden, lassen sie sich durchaus davon beeinflussen, ob der Händler neben seinem Onlineshop auch Filialen hat. Knapp der Hälfte (48 %) ist es lieber, wenn es stationäre Standorte gibt, für 27 Prozent gilt dies „teils, teils“ und für 25 Prozent macht es keinen Unterschied.

SERVICE ENTSCHEIDEND

Ein wichtiger Baustein im E-Commerce ist der Service. Hierbei im Fokus: die Produkt-Rückgabe. 24 Prozent der Befragten haben schon mal einen online gekauften Einrichtungsgegenstand zurückgesendet. 32 Prozent von ihnen empfanden den Ablauf „einfach und reibungslos“. Bei rund der Hälfte (48 %) war es (etwas) aufwendig, hat aber gut funktioniert. Und bei 20 Prozent „gab es (viele) Probleme“.

„Die Umfrageergebnisse zeigen eindeutig, dass das haptische Erlebnis vor Ort und die persönliche Erfahrung im Geschäft für viele Menschen nach wie vor beim Möbelkauf eine wichtige Rolle spielen. Obwohl ein Großteil der Befragten zumindest teilweise bereit ist, Möbel online zu kaufen, bevorzugen die meisten von ihnen Onlineshops, die auch über Filialen verfügen. Dies lässt darauf schließen, dass die Möglichkeit, die Produkte vor Ort zu begutachten, für viele Online-Käufer:innen von Bedeutung ist. Einige Befragte lehnen den Online-Kauf von Möbeln und Einrichtungsgegenständen sogar komplett ab. Der Hauptgrund dafür ist der Wunsch, die Produkte vor dem Kauf zu sehen und anzufassen - und das ist online nun mal nicht möglich“, kommentiert Sebastian Kerkhoff, Senior Vice President „Home & Living“ bei Bonial, die Ergebnisse.

SILJA BERNARD

www.bonial.com