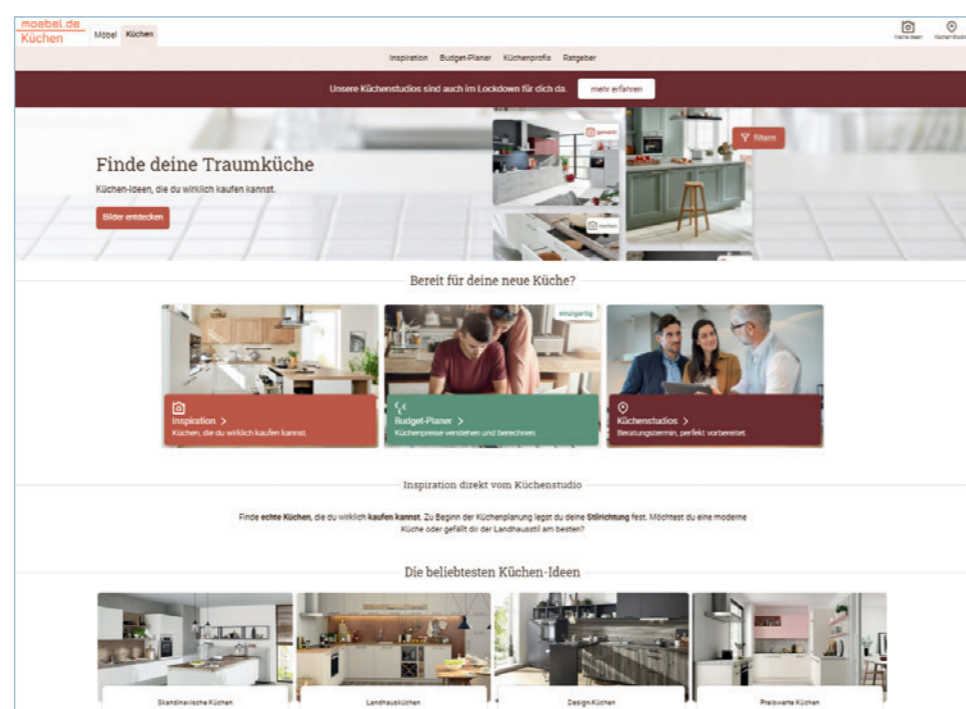


Klar strukturierte und unterschiedliche Einstiegsmöglichkeiten in die Recherche bietet das Küchen-Portal den Interessent:innen. Dabei können sowohl Inspirationen als auch Ratschläge oder Budgetgrößen die Tür zur neuen Küche öffnen.



Das Küchen-Portal unterstützt die Interessent:innen bei ihrer Suche nach der optimalen Küche – etwa mit smarten Bildersuchen oder Filterfunktionen.

EMV: Portal-Kooperation mit Moebel.de

Direkt vom Portal ins Küchenstudio

Der Europa Möbel-Verbund und Moebel.de nehmen die Küchen-Kund:innen gemeinsam an die Hand. Das Portal Kueche.Moebel.de setzt auf eine individuelle Customer Journey und unterschiedliche Elemente der Leadgenerierung, um für die angeschlossenen Küchenstudios qualifiziert Frequenz zu schaffen.

Obwohl der Küchenkauf noch immer vorwiegend am POS entschieden wird, erfolgt e Geschäftsanbahnung auch in der Königsdisziplin aller Warengruppen in zunehmendem Maße über das Internet. Dementsprechend hat das Niveau der digitalen Vermarktung enorm zugenommen – nicht zuletzt durch den Corona-bedingten Online-Schub im vergangenen Jahr.

Nun zünden zwei gewichtige Branchen-Player die nächste Stufe, um die potenziellen Küchenkäufer:innen gezielt mit den relevanten Informationen und Kontaktdaten zu versorgen. Die vertikale Plattform Moebel.de und der Europa Möbel-Verbund (inklusive KSV) nehmen gemeinsam Kurs auf die

Küche. Im Möbel-Bereich ist die Suchmaschine bekanntermaßen schon lange eine der ersten Web-Adressen für die Conversion: Monatlich werden bis zu 5 Mio. Besucher:innen über www.moebel.de zu ihrem neuen Lieblingsstück geführt. Knapp 300 Online-Shops mit mehr als 3,5 Mio. Produkten sowie über 1.000 Marken, Hersteller und stationäre Adressen präsentieren sich heute auf der Plattform. Diese starke Marktstellung und der Zugang zum Kunden soll nun auch auf die Küche einzahlen: „Wir sehen die Gelegenheit, in der umsatzstärksten Warengruppe noch ein digitales Ausrufezeichen in der Vermarktung zu setzen“, sagt der verantwortliche EMV-Geschäftsführer Ulf Rebenschütz.

Das Ergebnis der Kooperation ist ein Portal, das Kund:innen mit einer Vielzahl an integrierten Küchenfachhandelsunternehmen verbindet. Der Strategie des Portals liegt ein ausgefeiltes Leadgenerierungs-Konzept zugrunde, also die gezielte Neukundengewinnung mit digitalen Mitteln. Im Kern geht es darum, dass die Besucher von Moebel.de neben vielen Informationen, Ideen und Impulsen zum Thema Küchenkauf auch einen handfesten Nutzen erhalten. Denn zur individuellen Beratung werden sie an die Fachhandelsadresse vermittelt, die den jeweiligen Auswahlkriterien und Wünschen entspricht.

Die Philosophie ist gleichzeitig ein Versprechen an die Verbraucher:innen: „Wir begleiten dich bei jedem Schritt auf dem Weg zu deiner neuen Küche. Bei der Ideenfindung, der Recherche und der Planung – du entscheidest!“, heißt es auf der Website www.moebel.de/kuechen. Ziel ist es, die Besucher und insbesondere die Besucherinnen – denn in der Regel haben die Frauen bei der finalen Kaufentscheidung das letzte Wort – durch ein breites und transparentes Angebot sowie vielfältige Hilfestellungen dazu zu befähigen, souveräne Entscheidungen zu treffen.

Wenn sich die Interessent:innen ernst genommen, gut vorbereitet

und informiert fühlen und die Traumküche immer konkretere Formen annimmt, werden sie an gelistete Küchenexperten oder andere Anbieter übergeben. „Entscheidend ist für uns, den Nutzer:innen ein Gefühl der Autonomie zu vermitteln. Sie bestimmen über den Grad der Unterstützung durch das Portal“, erläutert Arne Stock. Denn die Besucher:innen entscheiden individuell an jedem Punkt entlang der Customer Journey wie aktiv sie die angebotenen Tools auf dem Portal nutzen wollen: Sie können die Tools und Informationsformate ausgiebig verwenden oder aber eine rein zielgerichtete Recherche betreiben und die Informationen eher passiv aufnehmen. Dabei können die Nut-

zer:innen jederzeit ein- und aussteigen, da alle Schritte miteinander verzahnt sind. Durch die verschiedenen Elemente der Leadgenerierung wie „Inspiration“, „Budgetplanung“ und „Händlersuche“ ist für die angehenden Küchenbesitzer:innen alles vorhanden, um sich bestens für den Kauf einer Küche bei einem der angeschlossenen Fachhandelsbetriebe vorzubereiten.

„Das Portal-Konzept ist eine Gemeinschaftsleistung, die sich aus unserer bisherigen konstruktiven Zusammenarbeit zwischen unseren Mitgliedern und Moebel.de ergeben hat. Erfahrene EMV-Küchenfachhändler:innen haben deshalb ihr Know-how und ihre Erfahrungen genauso in die Kreation einfließen

lassen, wie die kreativen Köpfe aus der Hansestadt“, sagt Rebenschütz.

Im Firmensitz in der Hamburger Innenstadt setzen Arne Stock und seine Mannschaft strategisch bei jeder Customer Journey darauf, den User:innen ein individuelles Surf-Erlebnis auf der Website zu bieten. Die von Moebel.de umgesetzte Personalisierung der Plattforminhalte führte im vergangenen Jahr zu einem Wachstum der Nutzerzahlen von knapp 30 Prozent. Denn personalisierte Angebote, die sich am Inspirations- und Kaufverhalten orientieren, sind für Moebel.de ein zentrales Tool, um die Interaktionen mit der eigenen Website und den angeschlossenen Partner-Shops und Handelsunternehmen zu steigern. Entsprechend ist die Weiterentwicklung dieser Personalisierungsangebote erneut ein Schlüsselprojekt für das laufende Jahr. Und schon im Januar 2021 lässt sich im Vergleich zum Vorjahr bereits ein noch deutlicheres Wachstum der Kennzahlen feststellen. Diese Strategie zahlt sich nun auch in der Warengruppe Küche aus, denn das Portal ist seit Februar live.

Das Neuartige an dem Küchen-Konzept ist, dass der Ansatz konsequent digital ist und die angeschlossenen Küchenstudios Transparenz über die jeweilige Stufe der Leadgenerierung haben. Denn durch die individuellen Nutzungsmöglichkeiten des Portals kommt es zu ganz unterschiedlichen Informationsständen bei den angehenden Küchenkäufer:innen und das Fachpersonal kann sie mit ihrem jeweiligen Kenntnisstand punktgenau abholen.

Da versteht es sich von selbst, dass die angeschlossenen Handelsunternehmen sich auf einen Standard einigen müssen, der dem hohen Niveau der digitalen Leadgenerierung auch am POS entspricht: Alle Küchenexpert:innen, die die innovative Entwicklung des Portals kueche.moebel.de zur Neukundengewinnung mitnutzen, müssen sich deshalb zu klar definierten Service-Level-Agreements verpflichten und für eine reibungslose Eingliederung in das Portal schulen lassen.

Der Aufbau und die Umsetzung des Portals befinden sich aktuell in der Beta-Phase, interessierte Händler:innen können sich zur Listung im Portal bewerben, um interessierte Verbraucher:innen bestmöglich über diesen digitalen Weg zur neuen Küche zu begleiten.



Arne Stock studierte BWL und arbeitete zunächst im Möbel-einzelhandel. Er ist Moebel.de-Co-Founder und -Vorstand. Als COO verantwortet er die Bereiche Marketing und Produktentwicklung sowie das operative Business der AG.



Ulf Rebenschütz lenkt als Geschäftsführer den Europa Möbel-Verbund in die Zukunft. Digitale Marketing-Services für die Mitglieder stehen dabei im Mittelpunkt, denn am Ende geht es darum, Frequenz in die Häuser zu bringen.

FACTS

- › Portal: moebel.de/kuechen
- › Kooperation und Pilotprojekt vom EMV/KSV und Moebel.de.
- › Strategische Ausrichtung: digitale Leadgenerierung
- › Angebotene Tools: Händlersuche, Budget-Check, Inspirationswelten, Stilberatung, Ratgeber
- › Projektstatus: Beta-Phase
- www.moebel.de/kuechen