

## FACTSHEET zu den Highlights zum Kaufverhalten bei DIY-Produkten online und stationär im Vergleich

Wussten Sie, dass ...

- sich in einigen DIY-Kategorien der Online Handel und der stationäre Handel bereits ein Kopf-an-Kopf-Rennen liefern?
- der stationäre Handel einen starken Wettbewerb zeigt und der Online Handel sich fast als Oligopol darstellt?
- der Online Handel stark von zwei Platzhirschen dominiert wird, es aber durchaus Möglichkeiten gibt, sich von diesen abzugrenzen und eigenen Stärken zu folgen?
- es interessante Relationen zwischen Preis und Qualität gibt, die sich nach DIY Kategorien unterscheiden?
- einige Produktkategorien lieber noch gerne stationär begutachtet werden wollen, andere jedoch im Online-Handel fest etabliert sind?
- ...

Die Gruppe Nymphenburg beschäftigt sich seit über 45 Jahren mit der **Zukunft des Kaufens und Verkaufens**. Eine **aktuelle eigene Studie**, die unter 500 Personen durchgeführt wurde, die bereits online DIY-Produkte aus den Kategorien

- Gartenmaschinen & Gartenwerkzeuge (elektrisch und manuell)
- Maschinen und Werkzeuge (elektrisch und manuell)
- Leuchten
- Lampen und Leuchtmittel
- Garten und Pflanzen

im letzten Jahr gekauft haben, liefert wertvolle Hinweise auf den Status und die Zukunft von Online-Handel und stationären Baumärkten. Die gewonnenen Erkenntnisse sind im Vergleich online und stationär aufbereitet und liefern Ansätze für den POS der unterschiedlichen Channels. Die Ergebnisse sind auch für den Markt in Frankreich und UK verfügbar!

### Interesse?

**Wir freuen uns über Ihre Kontaktaufnahme!**

Weitere Informationen erhalten Sie bei:

Ute Nusko, Gruppe Nymphenburg Consult AG  
089-549021-14, [u.nusko@nymphenburg.de](mailto:u.nusko@nymphenburg.de)