

# KAMPF UM BESTANDSKUNDEN

während der Corona-Krise / des Lockdowns

**FACTOR ELEVEN** 

# KUNDEN KAUFEN IMMER MEHR ONLINE!

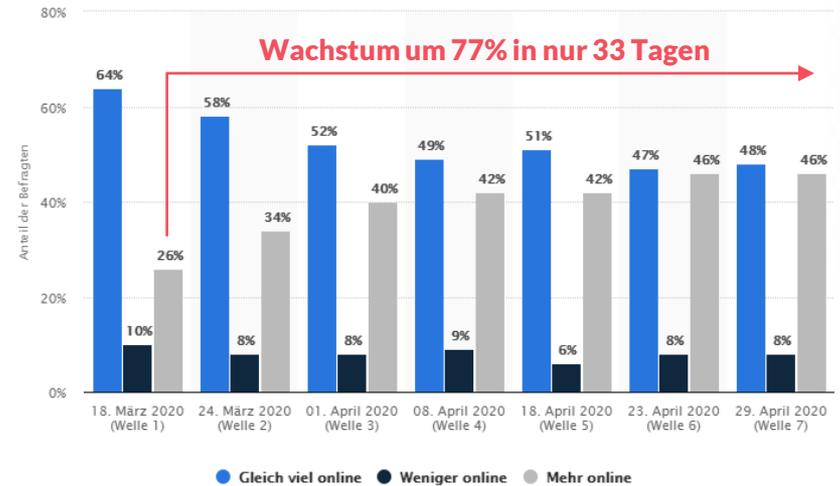
Corona-Krise verstärkt und beschleunigt Probleme bei stationären Händlern

Zahl der Menschen, die online kaufen, hat sich innerhalb eines Monats verdoppelt!

- Zum Start des 1. Lockdowns kauften ein Viertel (26%) der Menschen mehr online ein
- 1 Monat später hat sich die Anzahl der Menschen, die mehr online einkaufen, auf 46% verdoppelt

Ein Grund hierfür ist das **Unwissen der Bevölkerung**, dass sie weiterhin bei ihren stationären Händlern z.B. per **Click & Collect** einkaufen können

Veränderung des Kaufverhaltens im Internet während der Corona-Krise in Deutschland 2020



# NICHT NUR KLEIDUNG ODER ELEKTRO!

Corona-Krise verstärkt und beschleunigt Probleme bei stationären Händlern

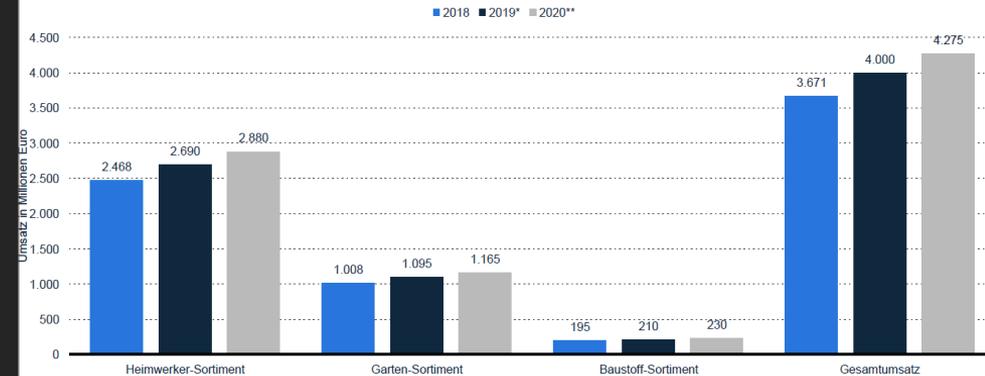
## E-Commerce: Wachstum wird gleichmäßig in allen Kategorien erzielt.

- Die Statistik zeigt die Online-Umsätze des deutschen DIY-Marktes in den Jahren von 2018 bis 2020 nach Sortimenten.
- Die Pandemie hat den allgemeinen „Cocooning“-Trend noch verstärkt
- User bauen, renovieren, dekorieren so viel wie nie zuvor!

\* Vorläufige Zahlen.

\*\* Prognose.

Online-Umsätze im DIY-Markt in Deutschland nach Sortiment in den Jahren von 2018 bis 2020 (in Millionen Euro)



# AUCH ODER GERADE AUCH GRÜNES.

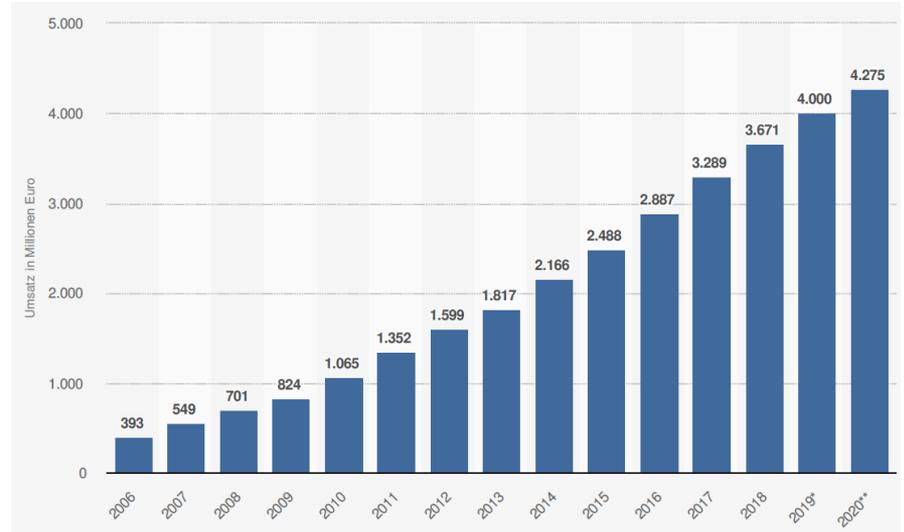
Gartenmarkt wächst 2020 zweistellig. Online hat sich das Plus mehr als verdreifacht.

## Gartenmarkt Onlineumsatz ver**3**facht sich

Das IFH Köln meldet Rekorde im deutschen Gartenmarkt: Demnach stiegen 2020 die Umsätze im Vorjahresvergleich um 10,2 Prozent auf rund 21 Milliarden Euro. Online hat sich das Plus mehr als verdreifacht.

Der Onlinehandel („funktionale Sichtweise“ IFH) realisiert im Gartenmarkt eine kontinuierliche Aufwärtsbewegung. So betrug das absolute Wachstum in den vergangenen Jahren jeweils rund 100 Millionen Euro jährlich und konnte sich 2020 mit einem Umsatzplus von 350 Millionen Euro mehr als verdreifachen – **Tendenz weiter steigend.**

Online-Umsatz im DIY-Markt in Deutschland in den Jahren 2006 bis 2020 (in Millionen Euro)



# ABER: ONLINE = E-COMMERCE'LER. LEIDER!

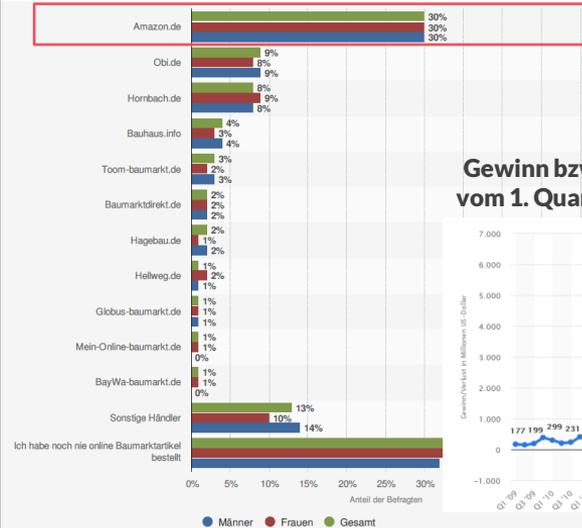
Corona-Krise beschleunigt das Wachstum der E-commerce'ler dramatisch

Amazon erwirtschaftet bereits **4,3x mehr Umsatz im Bereich Möbel/Haushalt als IKEA!**

- Auch im Bereich DIY zeigt sich die Allmacht des großen US-Players: nahezu 30% der Befragten gaben an, auch schon Bohrmaschinen, Fliesen & Co bei Amazon bestellt zu haben.
- Die großen Baumarkt-Player (Obi, Bauhaus, Hornbach, etc.) haben deutlich das Nachsehen.

Folge: wenn Konsumenten Produktkategorien erstmalig online einkaufen, kehren sie ihren stationären Händlern häufig den Rücken zu. Stattdessen tätigen sie ihren Onlinekauf bei den klassischen E-Commerce Anbietern, wo sie bereits andere Produktkategorien erfolgreich eingekauft haben.

## Bei welchem Anbieter haben Sie schon einmal online Baumarktartikel bestellt?



## Gewinn bzw. Verlust von Amazon weltweit vom 1. Quartal 2009 bis zum 3. Quartal 2020



# UND: EINMAL ONLINE, IMMER ONLINE!

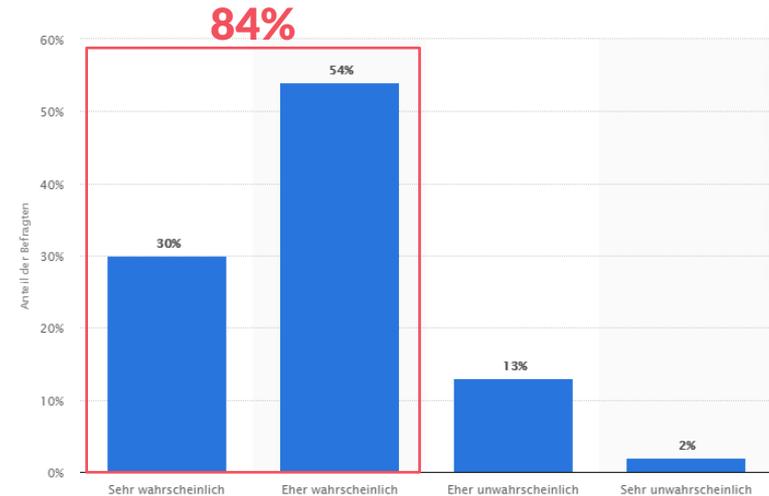
Corona-Krise birgt Gefahr „stationäre Kunden“ dauerhaft an Online zu verlieren

**84%** der „stationären Kunden“ werden auch nach Corona vermehrt online einkaufen!

- 30% der „stationären Kunden“ werden **sehr wahrscheinlich** vermehrt online einkaufen
- 54% der „stationären Kunden“ werden **eher wahrscheinlich** vermehrt online einkaufen

**Klassisches Phänomen**, das in den letzten Jahren auch in anderen Branchen gesehen wurde: **Online Reisen / Flüge buchen, Unterhaltungselektronik und Bekleidung**. Hatten Kunden einmal ein positives digitales Käuferlebnis, bleiben sie häufig dem **Online-Kaufkanal als erste Wahl** treu.

Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie auch nach der Corona-Krise vermehrt online einkaufen?



# OBWOHL: „AUF DER FLÄCHE“ IST ECHT. GUT.

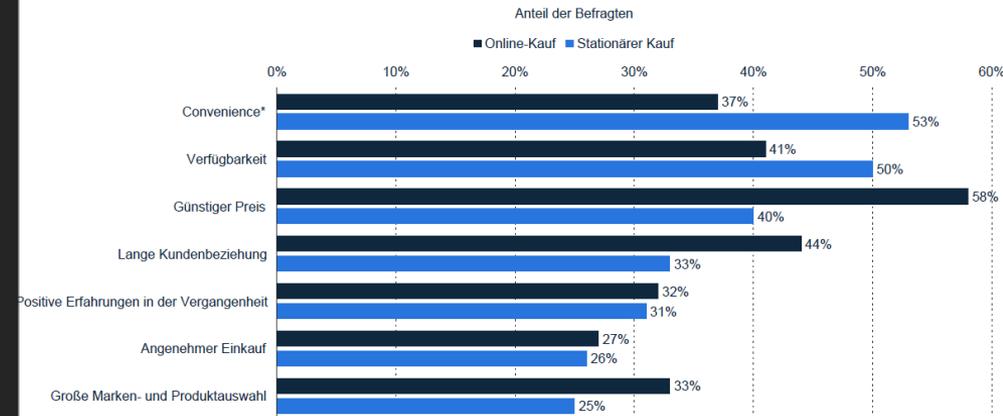
Zufriedenheit Onlinekauf vs. stationärer Kauf - Baumärkte

**Der Online-Einkauf kann im DIY-Segment v.a. durch die große Auswahl und den günstigen Preis überzeugen.**

- Wer jedoch noch am selben Tag das neueste Projekt starten will, findet auf der Fläche nach wie vor alles, was er braucht.
- Dazu kommt: das Gesamterlebnis „Einkauf im Baumarkt“ kann Online nicht ersetzen – hier punkten gute Beratung, große Auswahl und sofortige Verfügbarkeit.

## Welche Faktoren stellen Sie beim Einkauf in Baumärkten und im DIY-Onlinehandel zufrieden?

Umfrage zur Zufriedenheit beim Einkauf in Baumärkten und im DIY-Onlinehandel in 2018



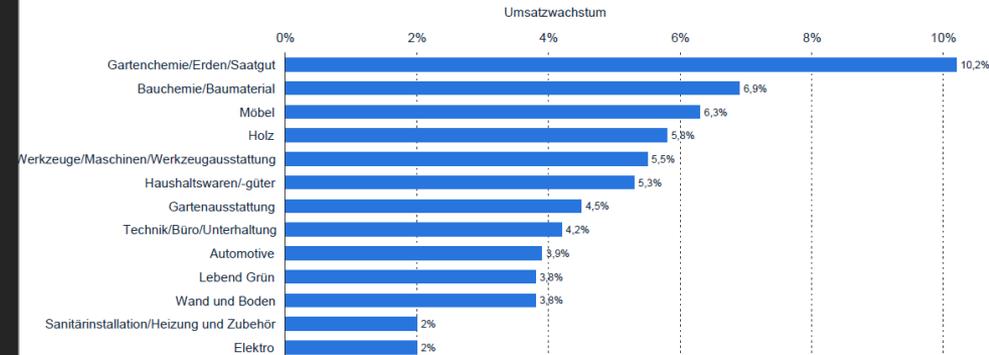
# DIE GUTE NACHRICHT: POTENZIAL IST DA!

Umsatzentwicklung & Potenziale bestimmter Warengruppen im Baumarkthandel

## Umsatzentwicklung Warengruppen

- Die Statistik zeigt die Umsatzentwicklung im Baumarkthandel in Deutschland nach Warengruppen im Jahr 2019 jeweils im Vergleich zum Vorjahr. Mit lebendem Grün wurde im Heimwerkerhandel 2019 ein Umsatzplus von rund 3,8 Prozent gegenüber dem Vorjahr erzielt.

**Umsatzentwicklung im Baumarkthandel in Deutschland nach Warengruppen im Jahr 2019 (jeweils gegenüber dem Vorjahr)**  
Umsatzentwicklung im Baumarkthandel in Deutschland nach Warengruppen im Jahr 2019



# FAZIT: HALTET EURE BESTANDSKUNDEN!

Corona-Krise kann zu dramatischer Abwanderung von Bestandskunden führen

## Das Beispiel „Amazon vs. OBI, Hornbach & Co“ sollte euch schnell wachrütteln!

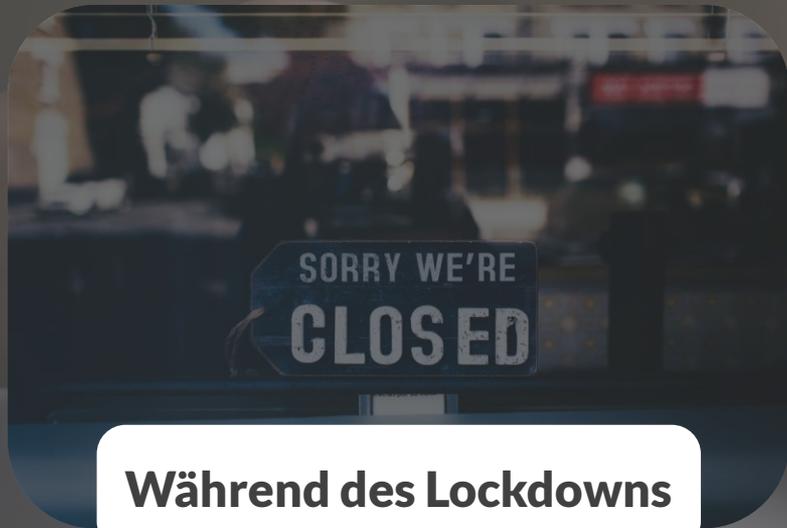
- Einen Bestandskunden jetzt kommunikativ zu halten ist 2-3x günstiger als ihn später zurückzugewinnen
- Absolute Priorität sollte eine maximale Präsenz in den Streugebieten zum Thema „Click & Collect“ oder eigener Online Shop sein

Auch wenn es eine unbequeme Wahrheit ist, ist sie trotzdem Realität: Befeuert durch die Corona-Krise müssen stat. Händler in der aktuellen Situation mehr als jemals zuvor tun, um die Abwanderung ihrer Bestandskunden zu den großen E-Commerce'lern zu verringern/verhindern.



# SO HALTET IHR EURE BESTANDSKUNDEN

während der Corona-Krise / des Lockdowns



**Während des Lockdowns**



**Zur Wiedereröffnung**

# SO HALTET IHR EURE BESTANDSKUNDEN

während der Corona-Krise / des Lockdowns



**Während des Lockdowns**



**Zur Wiedereröffnung**

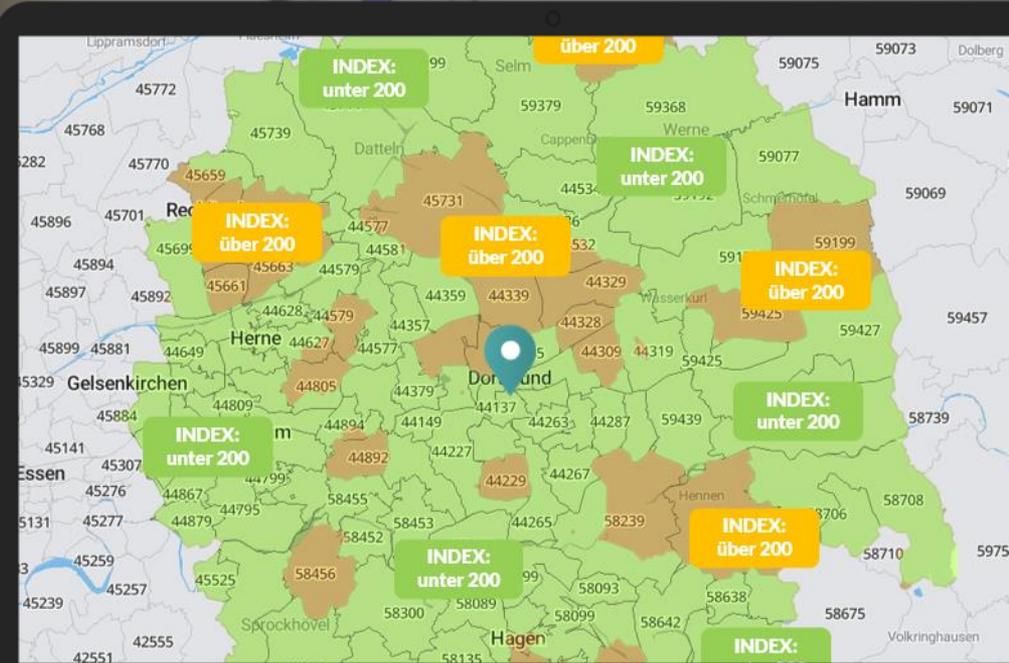
# INTELLIGENTE, DYN. AUSSPIELUNGSLOGIK

Bewerbung von "Click & Collect" und des "eigenen Online Shops" im Streugebiet

## Erfolgreiche Bestandskundensicherung ohne manuellen Aufwand während des Lockdowns

- Jeder PLZ im Filial-Streugebiet wird anhand des „Corona-Indizes“ eine regelbasierte Ausspielung inkl. Motiv und entsprechender Botschaft zugeordnet
- Ein Algorithmus passt die Ausspielungslogik je PLZ täglich, dynamisch und intelligent an

Durch stetige Änderungen der Regularien von Bund/Ländern und der sich täglich ändernden Inzidenzwerte je Land-/Stadtkreis ist eine Kampagnenausspielung nur mit (enormen) manuellem Aufwand möglich. Durch den neuen „F11-Corona Lockdown Algorithmus“ geschieht dies vollautomatisiert.



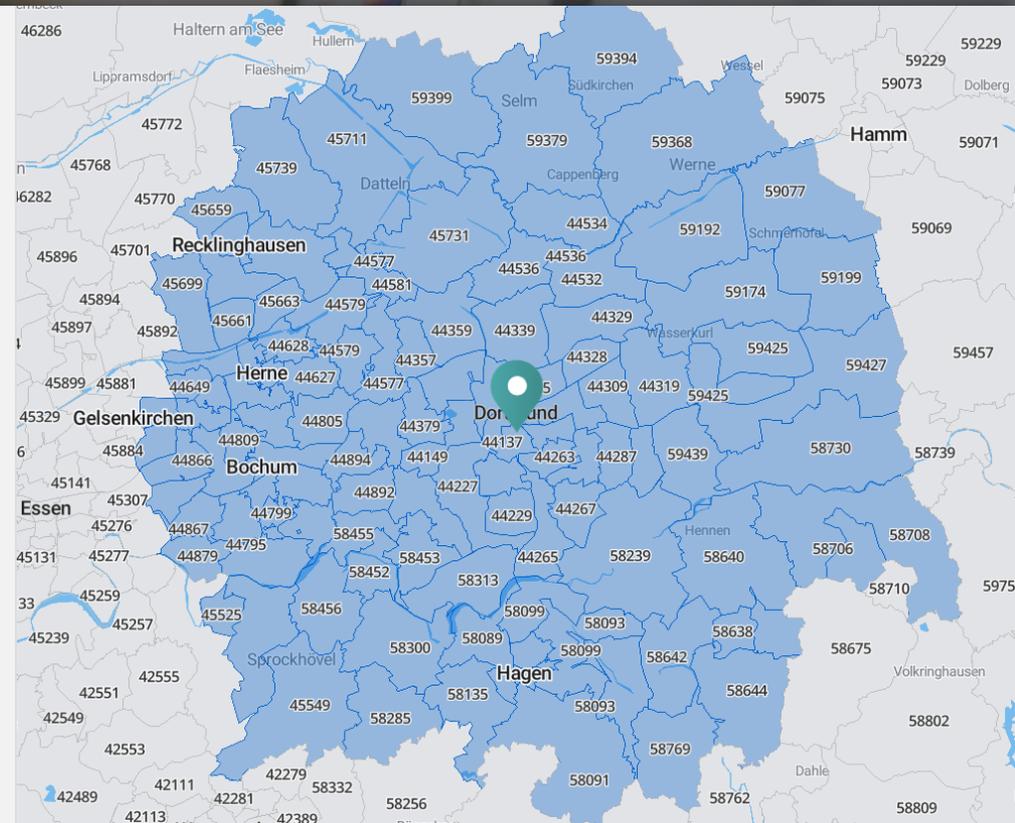
# STREUGEBIET EINER FILIALE

Das Streugebiet einer Filiale ist die Grundlage der intelligenten Ausspielungslogik

INDEX FILTER OFF

15KM RADIUS OFF

 **STREUGEBIET**  
GENERELLES NETTWERBEGEBIET EINER FILIALE





# ZUSÄTZLICHER 15KM RADIUS UM FILIALE

Ermittlung der PLZs mit einem INDEX über 200 inner-/außerhalb des 15km Radius



INDEX FILTER ON



15KM RADIUS ON

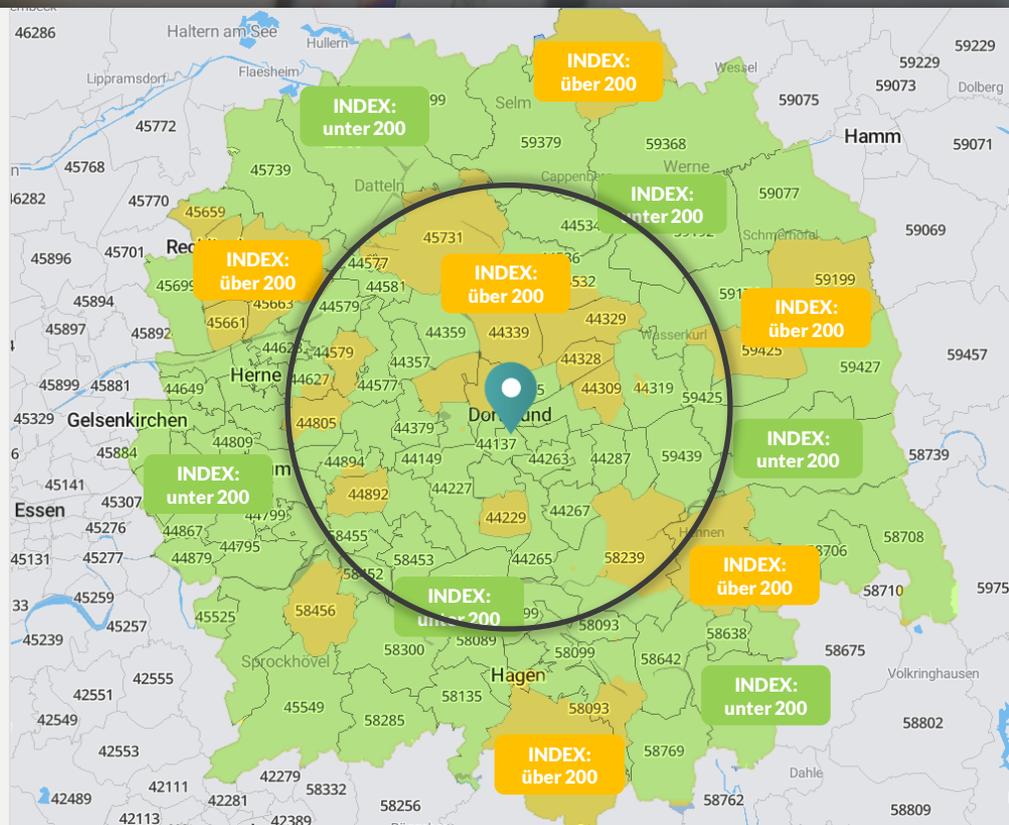
INDEX UNTER 200

AUSSPIELUNG DER KAMPAGNE MÖGLICH

INDEX ÜBER 200

AUSSPIELUNG JE NACH LAGE DER PLZ MÖGLICH ODER NICHT

Gemäß der Regionalverordnung dürfen sich Bürgerinnen und Bürger aus den benannten kreisfreien Städten und Kreisen mit einer Sieben-Tages-Inzidenz von nachhaltig über 200 Neuinfektionen je 100.000 Einwohner und diffusem Infektionsgeschehen nur noch innerhalb des Kreis- bzw. kreisfreien Stadtgebietes ohne Einschränkung bewegen. Über die Grenze des eigenen Kreises bzw. der eigenen kreisfreien Stadt hinaus ist der Bewegungsradius auf 15 Kilometer um den eigenen Wohnort (politische Gemeinde) begrenzt. Ziel der räumlichen Beschränkungen ist, das Infektionsgeschehen einzudämmen und nicht in andere Gemeinden zu „exportieren“.





# DIE RICHTIGE BOTSCHAFT JE NACH PLZ

Der Algorithmus spielt in jeder PLZ ein auf die Situation angepasstes Motiv aus

INDEX FILTER ON

15KM RADIUS ON

**INDEX UNTER 200**

BOTSCHAFT/MOTIV: *CLICK & COLLECT*

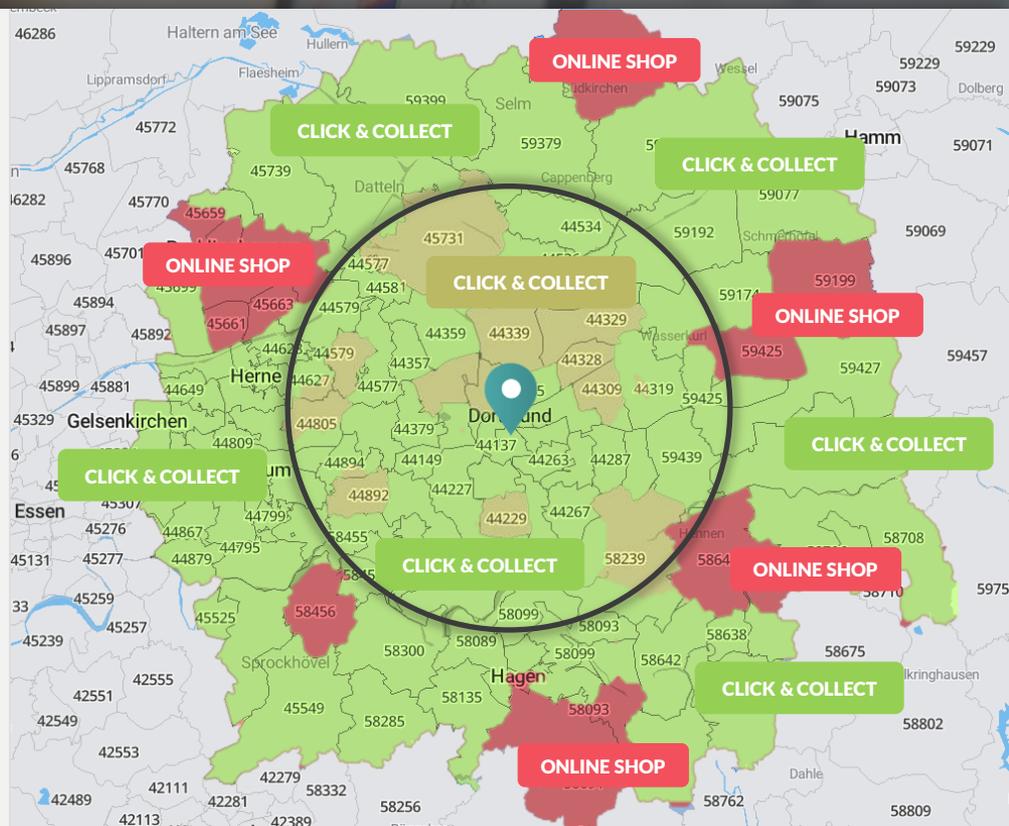
**INDEX ÜBER 200 IM 15KM RADIUS**

BOTSCHAFT/MOTIV: *CLICK & COLLECT*

**INDEX ÜBER 200 AUßERHALB 15KM RAD.**

BOTSCHAFT/MOTIV: *ONLINE SHOP*

Gemäß der Regionalverordnung dürfen sich Bürgerinnen und Bürger aus den benannten kreisfreien Städten und Kreisen mit einer Sieben-Tages-Inzidenz von nachhaltig über 200 Neuinfektionen je 100.000 Einwohner und diffusum Infektionsgeschehen nur noch innerhalb des Kreis- bzw. kreisfreien Stadtgebietes ohne Einschränkung bewegen. Über die Grenze des eigenen Kreises bzw. der eigenen kreisfreien Stadt hinaus ist der Bewegungsradius auf 15 Kilometer um den eigenen Wohnort (politische Gemeinde) begrenzt. Ziel der räumlichen Beschränkungen ist, das Infektionsgeschehen einzudämmen und nicht in andere Gemeinden zu „exportieren“.



# DIE RICHTIGE BOTSCHAFT JE NACH PLZ

Der Algorithmus spielt in jeder PLZ ein auf die Situation angepasstes Motiv aus

INDEX FILTER ON

15KM RADIUS ON

INDEX  
BOTSCHAFT/

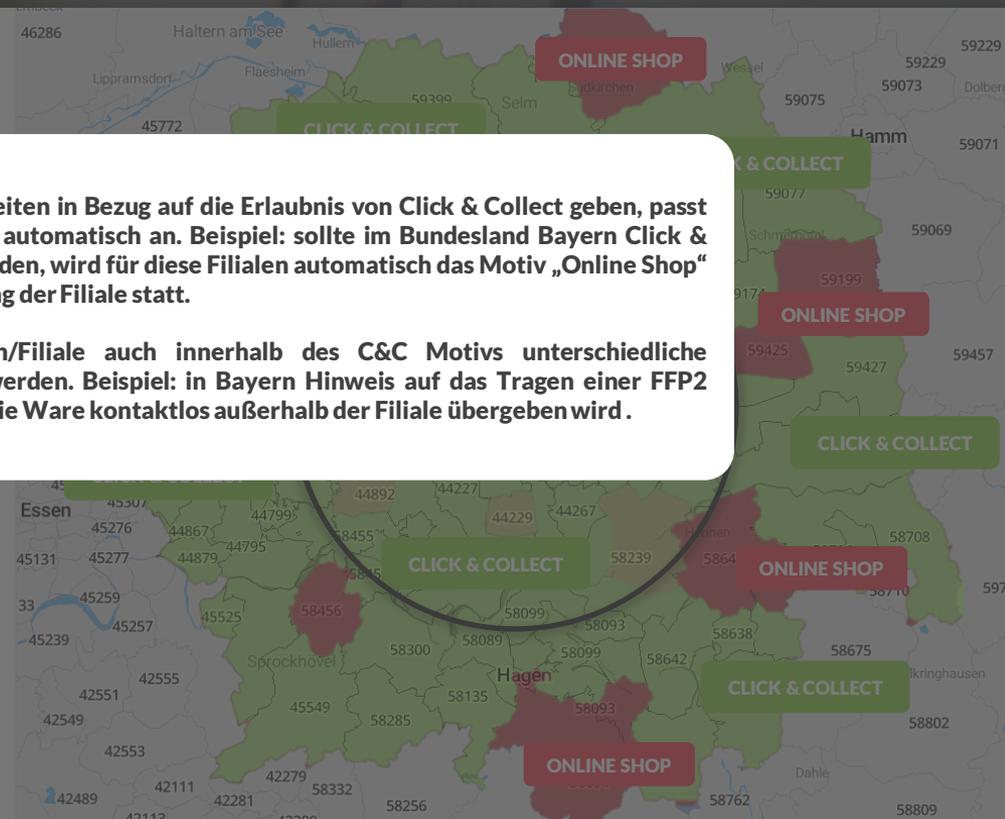
INDEX  
BOTSCHAFT/

INDEX ÜBER 200 AUßERHALB 15KM RAD.  
BOTSCHAFT/MOTIV: ONLINE SHOP

! Sollte es regionale Änderungen/Besonderheiten in Bezug auf die Erlaubnis von Click & Collect geben, passt der Algorithmus die Ausspielung ebenfalls automatisch an. Beispiel: sollte im Bundesland Bayern Click & Collect perspektivisch wieder verboten werden, wird für diese Filialen automatisch das Motiv „Online Shop“ ausgespielt – oder es findet keine Bewerbung der Filiale statt.

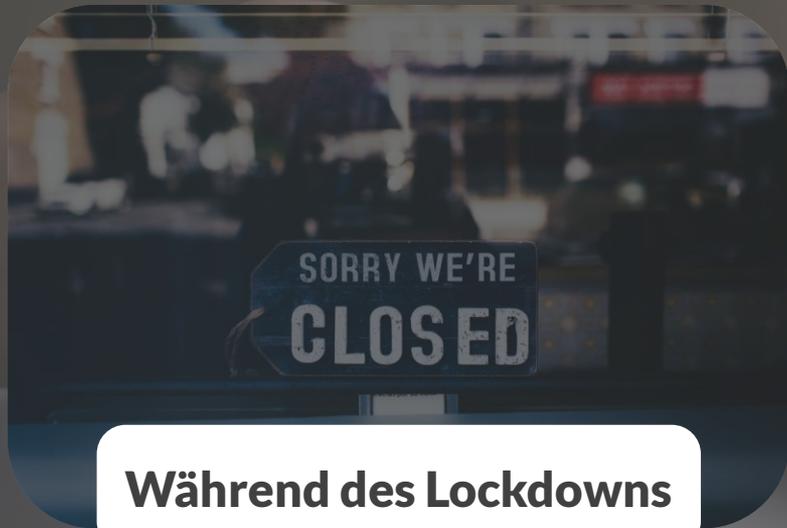
● Darüber hinaus können je nach Region/Filiale auch innerhalb des C&C Motivs unterschiedliche Kommunikationsbotschaften ausgespielt werden. Beispiel: in Bayern Hinweis auf das Tragen einer FFP2 Maske oder in Hamburg der Hinweis, dass die Ware kontaktlos außerhalb der Filiale übergeben wird.

Gemäß der Regionalverordnung dürfen sich Bürgerinnen und Bürger aus den benannten kreisfreien Städten und Kreisen mit einer Sieben-Tages-Inzidenz von nachhaltig über 200 Neuinfektionen je 100.000 Einwohner und diffusum Infektionsgeschehen nur noch innerhalb des Kreis- bzw. kreisfreien Stadtgebietes ohne Einschränkung bewegen. Über die Grenze des eigenen Kreises bzw. der eigenen kreisfreien Stadt hinaus ist der Bewegungsradius auf 15 Kilometer um den eigenen Wohnort (politische Gemeinde) begrenzt. Ziel der räumlichen Beschränkungen ist, das Infektionsgeschehen einzudämmen und nicht in andere Gemeinden zu „exportieren“.



# SO HALTET IHR EURE BESTANDSKUNDEN

während der Corona-Krise / des Lockdowns



**Während des Lockdowns**



**Zur Wiedereröffnung**

# WIEDERERÖFFNUNG TOPPT DIE BLACKWEEK!

Die Erfahrung zeigt: Schnell ausverkaufte und (zu teure) Werbeplätze

## Sichtbare Werbeflächen werden sehr teuer und sind noch schneller ausgebucht!

- Sobald der Lockdown vorbei ist, werden nahezu alle Werbetreibenden Unternehmen umgehend ihre Kommunikationsmaßnahmen drastisch nach oben fahren.
- Zudem werden Vermarkter die Preise für diesen Zeitraum stark erhöhen, um vorige Umsatzverluste zu kompensieren

Für jeden stat. Händler ist es im Kampf um seine Bestandskunden extrem wichtig, zur Wiedereröffnung mit max. Werbedruck in den Filial-Streugebieten präsent zu sein. Um sich die relevanten Werbeplätze zu normalen Preisen sichern zu können sollten die Platzierungen jetzt eingebucht werden.

The screenshot shows a website interface with several advertising spots. On the left, there are three 'Standard Format' ads for 'WHITE WALL' with prices of 12,95 €, 14,95 €, and 18,95 €. On the right, there is a large green banner for 'F11 Format' with the text 'magisch.' and 'arte WINTER S'. Below the banner, there are more 'Standard Format' ads with prices of 12,95 €, 14,95 €, and 18,95 €. The website also features a news section with headlines like 'Können Geimpfte trotzdem andere anstecken?' and 'Womöglich neue Virus-Variante in Garmisch-Partenkirchen entdeckt'.

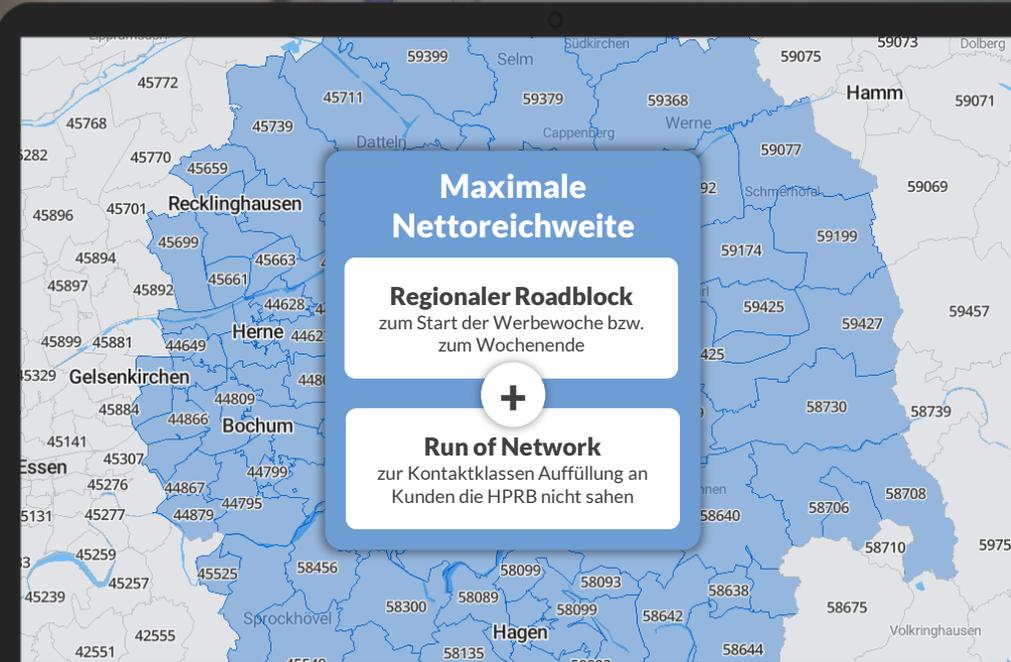
# MAXIMALE NETTOKONTAKTE IM STREUGEB.

Kombi aus reg. Roadblocks und Run of Network generiert max. Nettoreichweite

**Zur Wiedereröffnung müssen so viele Kunden wie möglich erreicht werden!**

- Regionaler Homepage Roadblock zum Start der Werbewoche, bzw. zum Push fürs Wochenende
- RON-Ausspielung an den restlichen Tagen der Werbewoche, um alle Nutzer zu bespielen, die den HPRB noch nicht gesehen haben

Großflächige Werbeformate in Verbindung mit den oben genannten Platzierungen erhöhen die Chancen eines stat. Händlers signifikant seine Bestandskunden zu halten.

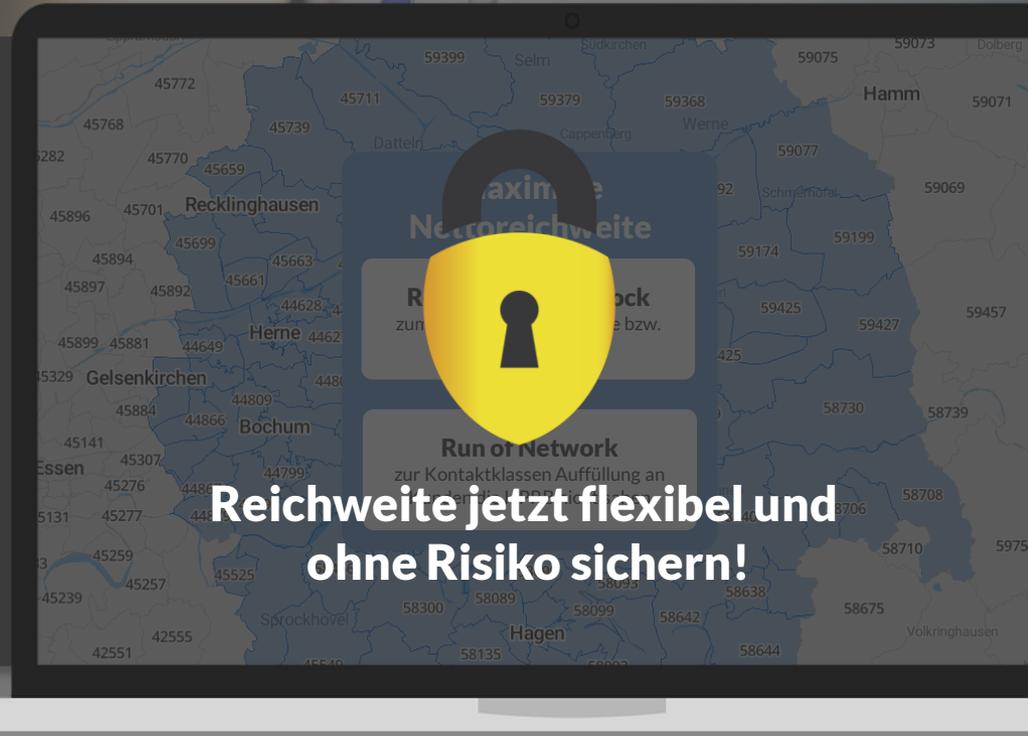


# BUCHUNGSMÖGLICHKEIT NUR FÜR F11 KUNDEN

Sicherung der Top Werbeplätze zu regulären Preisen mit kostenlosem Schieberecht

## Jetzt Wiedereröffnungs-Kampagne buchen und Termin flexibel festlegen/verschieben!

- F11 erhält durch große Einkaufsvolumina bei den Vermarktern spezielle Sonderbuchungsmöglichkeiten
- Auf diese Weise können F11-Kunden jetzt schon ihre Wiedereröffnungs-Kampagne buchen, sich damit die Top Werbeplätze zu regulären Preisen sichern und die Tage zur Kampagnenauspielung im Nachgang festlegen
- Darüber hinaus erhält jeder F11-Kunde ein kostenloses Stornorecht, falls sich die Rahmenbedingungen während des Lockdowns verändern/verschärfen



**Reichweite jetzt flexibel und ohne Risiko sichern!**