

## Presseinformation

### **Digitalstrategie von baumarkt direkt auf Erfolgskurs: hagebau.de Smartphone-App setzt sich durch**

- **Mehr als 90.000 Installs seit Launch im November 2016**
- **Durchschnittlicher Bestellwert und Conversion Rate liegen deutlich über dem des mobil optimierten Shops**

**Hamburg, 29. Juni 2017** – Rund sieben Monate nach dem Launch der Smartphone-App für hagebau.de zieht die baumarkt direkt GmbH & Co KG eine erste positive Bilanz. Die Mobile Shopping-App, die gleichzeitig als intelligenter Einkaufshelfer im hagebaumarkt vor Ort eingesetzt werden kann, wurde seit ihrem Start im November 2016 von mehr als 90.000 iPhone- und Android-Nutzern heruntergeladen.

#### **Smartphone-User deutlich kauffreudiger**

Bereits seit 2011 betreibt baumarkt direkt den Mobile-Shop m.hagebau.de, ein Jahr später erweiterte die iPad-App die Vertriebskanäle auf der Online-Plattform hagebau.de. Mit der App spielt das Smartphone beim mobilen Shopping nun eine immer größere Rolle: 56 Prozent der Sessions sind inzwischen mobile, 40 Prozent aller Sessions erfolgen auf dem Smartphone. Interessante Erkenntnis: Die unterschiedlichen Endgeräte haben einen starken Einfluss auf das Userverhalten. So ist die Conversion Rate in der iOS App rund 40 Prozent höher als im mobil optimierten Shop. Auch die Zahl von 2,4 bestellten Artikeln pro Bestellung in der Android App übertrifft die Zahl im mobilen Shop, die bei 1,58 Artikeln liegt. Der durchschnittliche Warenkorb über Android weist einen Bestellwert von 462 Euro auf – 80 Euro mehr als der durchschnittliche Warenkorb des mobil optimierten Shops. Insgesamt macht der Mobile-Shop einen Umsatzanteil am E-Commerce in Höhe von 43 Prozent aus.<sup>1</sup>

#### **Ob Gartenhaus oder Gießkanne: Keine signifikanten Unterschiede zwischen Smartphone-App und Desktopwelt bei verkauften Sortimenten**

Ein in der Form nicht erwartetes Ergebnis für baumarkt direkt: Über das Smartphone verkaufen sich alle Artikel gleichermaßen, gleichgültig wie groß, schwer und teuer, also z.B. auch Kaminöfen oder Gartenhäuser. Das unterstützt die Hypothese des Do-it-Yourself-Distanzhändlers, dass nicht das Endgerät den Zweck bestimmt, sondern der Zeitpunkt des Bedarfs Einfluss auf die Wahl des Devices hat. Die User nutzen alle Kanäle, zunehmend auch mehrere Kanäle wechselnd oder parallel, wobei das Smartphone mehr und mehr in den Mittelpunkt rückt.

---

<sup>1</sup> Alle Daten stammen aus dem April 2017

### **Kanäle ergänzen sich**

Mit der Smartphone-App als konsequentem weiteren Schritt innerhalb der Digitalstrategie von baumarkt direkt baut der Multichannel-Anbieter seine führende Rolle in Sachen Mobile Commerce im DIY-Sektor weiter aus. „Der Erfolg der App bestätigt unseren Ansatz, die Kanäle im Hinblick auf Kunden- und Warenströme noch stärker zu verzahnen. Sie verdrängen sich nicht, sondern sie ergänzen sich. Für Kunden bestimmt der Zeitpunkt des Bedarfs die Wahl des Kanals beim Shoppen. Das Smartphone spielt naturgemäß eine führende Rolle – schließlich hat man es immer dabei“, sagt Jörn Hartig, Chief Digital Officer bei baumarkt direkt. „Wir setzen weiter auf die Interessen und Vorlieben der Nutzer und entwickeln die App auch anhand des User-Feedbacks weiter.“

Noch in diesem Jahr wird das Unternehmen drei Schwerpunkte umsetzen: Die Integration der hagebau Partnercard in digitaler Form, eine Instore-Navigation sowie das Feature ‚Same Day Delivery‘.

### **Über baumarkt direkt**

Die baumarkt direkt GmbH & Co KG ist ein 2007 gegründetes Joint Venture der Otto Group und hagebau. Grundidee des Do-it-Yourself-Distanzhändler ist es, die hohe Kompetenz von hagebau im Stationärhandel mit den Erfahrungen der Otto Group im Distanzhandel zu bündeln. Als Multichannel-Anbieter verknüpft die Marke die vertrieblichen Möglichkeiten von Internet- und Katalogbestellung mit dem Stationärgeschäft. So bietet das Unternehmen seinen Kunden zu der Einkaufsmöglichkeit im hagebaumarkt eigene Kataloge sowie einen Online-Shop. Der Hauptkatalog erscheint zweimal im Jahr und bildet einen Ausschnitt des Internet-Sortimentes ab, zusätzliche Speziale Kataloge greifen über das ganze Jahr interessante Einzelthemen auf. Das Angebot im Internet erweitert zudem das in den hagebaumärkten verfügbare Sortiment und ermöglicht eine Sendungszusammenfügung sowie die Sendungsverfolgung (track & trace).

### **Pressekontakt baumarkt direkt**

CORELATIONS

Agentur für Public Relations

Gabi Westerteiger, Tel.: (040) 6461-5372

Kathrin-Luise Fiesel, Tel.: (040) 6461-5305

Werner-Otto-Straße 1-7, 22179 Hamburg

Mail: [gabi.westerteiger@corelations.de](mailto:gabi.westerteiger@corelations.de)

Mail: [kathrin-luise.fiesel@corelations.de](mailto:kathrin-luise.fiesel@corelations.de)