

## moebel.de – in Zahlen und Fakten 2002 – 2023 - Von Internet-Pionieren zur größten Suchmaschine für Wohnen & Einrichten in Europa

In über 20 Jahren hat sich moebel.de vom Online-Einrichtungsmagazin zu Europas größter Suchmaschine für Wohnen und Einrichten entwickelt. 50 Millionen Besucher aus Deutschland, Österreich, der Schweiz, den Niederlanden und Frankreich finden hier pro Jahr ihren ganz konkreten Wohnraum in einem der 500 Partnershops und aus über 5.000.000 verschiedenen Artikeln. Die Suche ist nutzerfreundlich gestaltet und führt mit zahlreichen Filterfunktionen schnell und einfach durch das umfangreiche, kontinuierlich wachsende Sortiment der Omnichannel- und Onlinehändler auf dem Portal. Ist das Lieblingsprodukt gefunden führt moebel.de den Nutzer direkt zum Händler seiner Wahl, wo der Kunde dann entweder vor Ort oder online kaufen kann. Entgegen vieler Meinungen ist moebel.de also ein Vermittler und kein Händler, weswegen es in der Fachpresse passender Weise als „Google für die Einrichtungssuche“ bezeichnet wird.

Die Entwicklung von moebel.de mit den Meilensteinen des Unternehmens sind hier zusammengefasst:

### **m** 2023 – Von der Suchmaschine zum Vergleichsportal

Ende 2023 kündigt sich ein neuer Meilenstein bei moebel.de an. Nachdem das Tech-Unternehmen bereits mit neuen Features auf die Preissensibilität der Konsumenten reagiert hat, steht zum Ende der Jahres ein weiterer Wandel auf der Agenda. Zur Preisentwicklung und Preiswecker kündigt sich der Wandel von Europas größter Suchmaschine für Möbel und Einrichtung in Richtung Vergleichsportal für Wohnräume an, damit sich moebel.de für alle auszahlt (*inoffizielle Information bis zum Launch 2023*).

### **m** 2023 – intelligente Produktsuche

Einrichtungsideen aus dem Urlaub mitgebracht und keine Ahnung, wo man das Möbelstück finden kann? moebel.de hat die passende Lösung für diese Situation parat: 1. Foto vom Möbelstück machen; 2. Foto bei moebel.de hochladen; 3. Ähnliche Produkte entdecken und für zu Hause bestellen. Hinter dieser bildbasierten Suche steckt natürlich eine KI-basierte Technologie, die möglich macht, aus einer Urlaubsinspiration einen Wohnraum werden zu lassen. Erste Tests haben vielversprechende Ergebnisse erzielt, so dass nun die vollständige Auspielung im September an den Start gehen kann. Grundlage für die Vielzahl von ähnlichen Produkten ist die größte Bilddatenbanken Europas im Bereich Wohnen und Einrichten.

### **m** 2023 – Kunden werden preissensibler

Die Preistransparenz und die Möglichkeit des direkten Vergleiches sind für Nutzer entscheidende Kriterien bei der Suche nach dem idealen Preis-Leistungsverhältnis. Im Juli 2023 implementiert moebel.de die Preisentwicklung als neues Tool auf den Produktdetailseiten, mit deren Hilfe Nutzer die saisonalen und marktbedingten Preisschwankungen im Auge behalten können und so immer wieder auf das Produkt des Händlers zurückkehren. Gleichzeitig unterstützt der neue Preiswecker dabei, genau dann zugreifen zu können, wenn der Preis für den Nutzer ins Budget passt. Für die Partner bedeutet dieses Tool mehr Aufmerksamkeit, eine höhere Wiederkehrrate und damit mehr Conversions auf moebel.de.

## **m 2023 – KI hält Einzug**

Ein Tech-Unternehmen ohne KI? Undenkbar. moebel.de startet zu Beginn des Jahres erste Tests mit ChatGPT zum Einsatz bei der Texterstellung, Übersetzung sowie im Bereich von Digital-Ads mit sehr guten Ergebnissen. Das Thema KI wird zukünftig weiter ausgebaut und in der Entwicklung vorangetrieben.

## **m 2022 – Visionen werden wahr**

Zum Jahresende lanciert moebel.de ein neues Marketingtool, passend zu den Gründungsvisionen: mit „Drive2Store“ schafft das Portal die Brücke zwischen online und offline. Regional ausgespielte Produkte mit flankierender Werbung stärken den Omnichannel- und den Onlinehandel. Durch die Selektierung nach regionalen und Online-Suchanfragen ist das Unternehmen nun in der Lage, den Händlern die relevanten Kunden mit einem klaren Kaufinteresse zuzuführen. Nach dem Launch in Deutschland folgte die Einführung in weiteren Märkten.

## **m 2022 – das nächste Kapitel**

Anfang des Jahres betritt ein neuer Investor das Parkett bei moebel.de. Mit ihm beginnt die weitere Internationalisierung sowie der Ausbau des Hamburger Teams. Nach Deutschland stehen mit meubelo.nl die Niederlande auf der Agenda. Kurze Zeit später folgen mit moebel24.ch die Schweiz und mit moebel24.at Österreich, womit moebel.de die DACH-Region abdeckt.

## **m 2021 – Willkommen in den Niederlanden**

Der zweite Schritt der Internationalisierung führt moebel.de zu den Nachbarn in die Niederlande. Unter der URL meubelo.nl baut das Unternehmen seine Reichweite über die deutschen Grenzen weiter aus.

## **m 2016 – Bienvenue meubles.fr**

moebel.de startet die Internationalisierung der Marke. Im Herbst diesen Jahres lanciert das Unternehmen meubles.fr in Frankreich und stellt damit die Weichen zu Europas größter Suchmaschine für Wohnen und Einrichten.

## **m 2014 – Steigerung der Markenbekanntheit**

Das Internet verändert sich und so unterzieht sich moebel.de in diesem Jahr einer umfangreichen Branding-Phase mit einem großen deutschen Medienkonzern als Investor. Ende der 2010er wurde die Reichweite auf allen Kanälen enorm gesteigert, so dass moebel.de seit 2016 das größte Portal für die Erfüllung von Wohnräumen im deutschsprachigen Internet ist.

## **m 2010 – 2014 – moebel.de boomt**

Immer mehr Anbieter gehen ins Internet, wodurch auch die Zahl der Produkte auf moebel.de kontinuierlich zunimmt. Die Suchmaschine präsentiert immer mehr Inspirationen für Wohnen und Einrichten sorgt mit seinen Suchfunktionen und Weitervermittlungen an die Händler auf beiden Seiten für einen hohen Nutzen. Das digitale Geschäftsmodell zieht in dieser Phase auch das Interesse der Investoren auf sich.

## **m 2008 – 2009 – Die Finanzkrise**

Die Finanzkrise von 2008 – 2009 übersteht moebel.de mit kleinen Einschnitten. Kurz danach kommen die sozialen Netzwerke auf, die dafür sorgen, dass sich ein neuer, digitaler Lifestyle ankündigt. Wo früher die – meist – männlichen Technik-Nerds unterwegs waren, tauscht sich ab sofort der Mainstream über alle Kanäle aus und informiert sich. Zudem findet im Internet ein Wandel zu mehr Weiblichkeit statt – ein Push für den Online-Handel.

## **m 2006 – 2010 – Zur vertikalen Suchmaschine**

Die ersten Produkte schaffen es auf moebel.de und es kommt Fahrt in die vertikale Suchmaschine. Zu den ersten Partnern gehörten die Shops der Otto Group sowie diverse Katalog-Versender und Online-Shops, die für ein vielfältiges Angebot auf dem Portal sorgen. Vor allem bei den Online-Shops sorgte die Partnerschaft für kontinuierlich steigende Trafficzahlen.

## **m 2002 – 2006 – harte Aufbauarbeit**

In den Anfangsphasen, wo die Ausprägung des Internets noch nicht ganz klar ist, müssen Robert A. Kabs und Arne Stock harte Überzeugungs- und Aufbauarbeit leisten. Ihre Vision von einem Branchenbuch, das Händler mit verfügbaren Wunschprodukten in der Nähe auflistet, nimmt erste Formen auch, auch wenn man noch viele technische Rückschläge einstecken muss.

## **m 2002 - Internet-Pioniere**

Im Jahr 2002 wird die Domain moebel.de eingetragen. Das Geschäftsmodell sieht derzeit noch anders aus: als Online-Einrichtungsmagazin wird die erste Webseite noch komplett werbefinanziert und bringt die Themen Wohnen und Einrichten in digitaler Magazinform an die Endverbraucher.

moebel.de-Gründer Robert A. Kabs ist seinerzeit davon überzeugt, dass Internet nicht nur ein Hype ist, sondern langfristig die digitale Entwicklung vorantreiben wird. In Arne Stock findet er im Gründungsjahr einen überzeugten Mitstreiter.

### **Pressekontakt**

moebel.de Einrichten & Wohnen GmbH  
Stephan Burghardt – PR & Communications  
Mail [stephan.burghardt@moebel.de](mailto:stephan.burghardt@moebel.de)  
Tel. +49 (0) 40 237244 100  
Gertrudenstr. 3 | 20095 Hamburg