

# Digital Interior Day 2018 – powered by MÖBELMARKT

## Tobias Buxhoidt im Interview

Dienstag, 18.09.2018

*Heute haben wir Tobias Buxhoidt (Foto), Founder & CEO parcelLab, in unserer Vorstellungsrunde der Speaker beim Digital Interior Day (DID) am 24. und 25. September 2018 im Tanzbrunnen in Köln im Interview.*

Tobias Buxhoidt ist bei parcelLab für Sales und HR zuständig. Er ist in der Spedition seiner Eltern aufgewachsen und (oldschool) Dipl. Wirtschaftsingenieur. Tobias Buxhoidt konnte bei diversen Stationen in großen deutschen und internationalen Unternehmen bereits viele Erfahrungen zu Logistikprozessen sammeln. Insbesondere seine dreijährige Erfahrung in einer Unternehmensberatung für SCM setzte damals den Grundstein für die Entwicklung der parcelLab Idee.

### **MM: Wie weit ist die Digitalisierung der Branche aus Ihrer Sicht vorangeschritten?**

**Tobias Buxhoidt:** Gerade im Möbelhandel hat sich in den letzten Jahren viel getan. Junge, moderne Online-Pure-Player wie Westwing, Home24, desiary und Made.com machen mit Hilfe Ihrer Social-Media-Auftritte und Blogger-Kooperationen das Interior-Online-Shopping immer beliebter.

4 von 10 Erwachsenen und davon hauptsächlich Frauen kaufen ihre Möbel bereits lieber online. Reine Flächenkonzepte werden wahrscheinlich mehr und mehr an Bedeutung verlieren, da das Online-Shopping von reinen Möbeln, nicht nur Accessoires, durch Online-Interior-Services und Augmented/Virtual Reality immer benutzerfreundlicher wird.

Oft sind auch kürzere Lieferzeiten als im stationären Handel versprochen, wenn das gelingt und man dann noch zusätzlich mit ParcelLab den Versandprozess absolut übersichtlich und transparent gestaltet, dann wird der Online-Anteil im Interior-Segment bald gleich hoch sein, wie heute bereits in der Fashionindustrie.

### **MM: Welches sind aus Ihrer Sicht die größten Wachstumstreiber und digitalen Trends?**

**Buxhoidt:** Ganz klar steht auch hier der Servicegedanke im Vordergrund! Wie oben bereits genannt sind Punkte wie Augmented Reality und spezielle Online-Interior-Services, wie es z.B. WestwingNow mit dem Interior Design Service anbietet, sehr spannende und fortschrittliche Themen, aber auch kurze Lieferzeiten und Omnichannel-Konzepte steigern die Benutzerfreundlichkeit online enorm. Oft wird den Kunden so ein besseres Einkaufserlebnis als geboten, als stationär.

### **MM: Welche Rolle spielt Ihr Unternehmen bei der Digitalisierung der Branche?**

**Buxhoidt:** Dem Kunden ein bestmögliches Einkaufserlebnis zu generieren ist genau unser Thema. Der Kunde soll auch im Onlinehandel so lange vom Händler betreut werden können, bis er seine Ware tatsächlich in den Händen hält. Wir bieten, als Whitelabel, eine personalisierte und proaktive Kundenkommunikation während des gesamten Versandprozesses in der shop-eigenen CI an. Der Kunde wird nicht an andere Dienstleister abgegeben und erhält einen transparenten Überblick während der gesamten Customer-Journey. So ist der Endkunde nicht nur zu jeder Zeit, über den passenden Kanal, bestens informiert, sondern kann auch dauerhaft an den eigenen Shop gebunden werden, indem er über die shop-eigene Track & Trace Page immer wieder zurück zum Händler geführt wird.

### **MM: Worauf freuen Sie sich beim DID2018 und welche Erwartungen haben Sie?**

**Buxhoidt:** Wir freuen uns wie jedes Jahr darauf viel spannende, neue Kontakte zu knüpfen, das ein oder andere bekannte Gesicht zu treffen und sich auszutauschen.

Es ist für uns sehr spannend, sich direkt mit Onlinehändlern über aktuelle Herausforderungen der jeweiligen Branche zu unterhalten und diese in der stetigen Weiterentwicklung unserer Lösung zukünftig mit zuberücksichtigen.

Wir sind ständig hungrig nach neuem Wissen und möchten nicht nur dem Endkunden, sondern auch unseren Kunden den bestmöglichen Service bieten können.

## **Tobias Buxhoidt im Interview**

### **Links**

- [Digital Interior Day](#)
- [Digital Apartment GmbH](#)
- [parcelLab](#)

### **Weiterführende Links**

- [DID 2018 - Ticketregistrierung](#)