

Home24

Mit Eigenmarken Produktkompetenz zeigen

Donnerstag, 06.08.2015

Home24 lanciert immer mehr Private Labels. Nach „Smood“ für Matratzen, seiner Kollektion zusammen mit Johanna Klum, „Kinx“ für Boxspringbetten und anderen Ansätzen startete jetzt das Schranksystem „Skop“ auf den Markt.

Wie Home24-Chef Domenico Cipolla (Foto) gegenüber „Internet World“ erläuterte, sehe Home24 das als „den nächsten Schritt, um für unsere Kunden noch besser zu werden.“ Denn im tagtäglichen Umgang mit seinen Kunden habe der Pure Online Player erkannt, dass „deren Wünsche im Markt teilweise noch nicht bedient“ würden. Daher habe man sich entschlossen, diese Lücke zu schließen und neben dem bestehenden Sortiment auch eigene Produkte anzubieten. Bei der Eigenmarkenentwicklung stünden die Bedürfnisse der Kunden im Mittelpunkt.

„Uns geht es darum, nicht nur ein Händler zu sein, sondern zunehmend auch unsere eigene Produkt- und Design-Kompetenz auszubauen. Das Ziel ist es, unseren Kunden ein einzigartiges Sortiment an Produkten anzubieten – Produkte, die sie in dieser Qualität, dem Design und zu diesem Preis sonst nirgendwo finden“, so Cipolla gegenüber „Internet World“ weiter.

Die Private Labels seien bezüglich Umsatzperformance und Investments „einer der dynamischsten Bereiche“ im Unternehmen. Stark investiert werde in das Team, z.B. Designer, Qualitäts-Kontrolleure, Produkt- oder Branding-Manager.

[zum Seitenanfang](#)