

Hülsta und MöbelFirst.de: Starten Kooperation zur Online-Unterstützung des Fachhandels

Donnerstag, 15.07.2021

Bonn /Stadtlohn. Die Online-Plattform für den stationären Fachhandel MöbelFirst.de baut ihre Kooperation mit Marken und Herstellern weiter aus. Als Neuzugang verkünden die Bonner heute die Kooperation mit Hülsta.

„Hülsta gehört zu den bekanntesten Einrichtungsmarken. Wir sind stolz, gemeinsam die Handelspartner beim Online-Vertrieb zu unterstützen“, so die Geschäftsführer Dennis Franken und Christoph Ritschel. Die Handelspartner der Marke wurden diese Woche bereits über die Kooperation informiert.

Hülsta verlinkt ab sofort direkt von der Webseite huelsta.com auf die Webseite von Möbelfirst.de und leistet so einen aktiven Beitrag zur Abverkaufs-Unterstützung. MöbelFirst.de agiert mit seinem Geschäftsmodell wie gewohnt und schließt Händler an die Plattform an, fotografiert die Ware vor Ort und kümmert sich um den Online-Verkauf, die telefonische Beratung und die Logistik.

„Seit 2020 sind wir auch in der Logistik so aufgestellt, dass wir Wohnwände und Kastenmöbel prozesstechnisch und mit höchster Kundenzufriedenheit abwickeln, deshalb macht die Partnerschaft jetzt für alle Seiten Sinn“, so Christoph Ritschel.

Von Hülsta führt Oliver Demers, Leiter des Vertriebsinnendienstes aus: „MöbelFirst zählt zu den bekanntesten Online-Möbelfachhändlern für Ausstellungsstücke. Das Unternehmen hat sich seit vielen Jahren als kompetenter Partner des Handels, insbesondere durch Serviceleistungen, die über unsere Möglichkeiten hinausgehen, profiliert“.

„Wir haben diese Woche bereits zehn Filialen von Hülsta-Fachhändlern angeschlossen und werden im Juli die Fotoshootings durchführen, so dass es schnelle Erfolge geben wird“, führt Ritschel weiter aus. Viele Fachhändler nutzten den Sommer, um die Ausstellungen zu aktualisieren.

Hülsta reihe sich mit der Kooperation in Marken wie Musterring, Stressless und Rolf Benz ein, die mit MöbelFirst.de bereits erfolgreich zusammenarbeiten.

„Wir werden die Kooperationen mit Marken weiter ausbauen, da sich gezeigt hat, dass dies gut funktioniert – sowohl für die Marken selbst als auch für die Handelspartner. Wir haben Standardprozesse etabliert und der Abverkauf läuft planbar und geräuscharm“, fasst Dennis Franken die Entwicklung zusammen.

Starten Kooperation zur Online-Unterstützung des Fachhandels