

imm cologne Congress 2019

Professioneller E-Commerce im Möbelhandel

Montag, 04.02.2019

Schon traditionell findet auf der imm cologne am Messe-Donnerstag der imm cologne Congress statt – 2019 unter dem Motto „Das ‚Wie‘ entscheidet über den Erfolg – Professioneller E-Commerce im Möbelhandel“. Unterschiedliche Wege zum Erfolg skizzierten auf der Bühne des sechsten imm cologne Congresses einmal mehr hochrangige Speaker in Best Practice-Vorträgen.

Durch den Congress-Tag führte einmal mehr Branchen-Experte Dr. Kai Hudetz, Geschäftsführer unseres [MÖBELMARKT-Experten IFH Köln](#), der in seiner Einleitung auf den Möbelhandel der Zukunft einging – übrigens auch ein Thema im [Experten-Talk mit Dr. Hudetz](#). Nach dieser Einleitung übergab Dr. Hudetz auch direkt an Andreas Häntsch, Director Home & Garden bei eBay Deutschland. Häntsch stellte einem vollbesetzten Congress-Saal die Vorteile eines Online-Marktplatzes vor und sagte: „Händler müssen da sein, wo die Kunden sind. Und die sind auf Marktplätzen wie eBay.“

Möbel Kempf ist (noch) nicht auf Marktplätzen aktiv. Vielmehr baute der Möbelhändler mit Häusern in Aschaffenburg und Bad König zuletzt zusammen mit der Digital-Agentur Kommerz den eigenen Online-Auftritt aus, um den Multichannel-Gedanken voranzutreiben. „Vergesst die Kanaldenke! User Experience Strategie ist die Schlüsselkompetenz für die Kreation von digitalen Einkaufserlebnissen“, so Tim Böker, Geschäftsführer Kommerz, der zusammen mit Johannes Hermann, Geschäftsführer Möbel Kempf, auf der Congress-Bühne stand.

Eigener Online-Shop oder Marktplatz? Beides!

Bei der anschließenden Podiumsdiskussion nahmen Dr. Michael Heller, Bereichsvorstand Categories von Otto, Arne Stock, COO beim [MÖBELMARKT-Experten moebel.de](#), und Marco Werner, Chief Digital Officer bei Karstadt, unter Moderation von Dr. Hudetz auf der Bühne Platz. Die vier Herren widmeten sich der Frage, wie die Kooperation zwischen dem eigenen Onlineshop und den Marktplätzen aussehen könne. Eben einer solchen Zusammenarbeit – mit Vorteilen für beide Seiten – widmet sich moebel.de als Partner des Handels und Frequenzbringer für deren eigene Online-Shops. Ein partnerschaftlicher Frequenzbringer will auch für die Möbelbranche will auch Karstadt zukünftig sein. „Was wir wollen, ist die Karstadt Zielgruppe und die Möbelbranche auf unserer Plattform zusammen zu bringen“, stellte Werner den Anspruch des Warenhauses heraus. Einen ähnlichen Weg geht Dr. Heller mit Otto: „Otto ist auf dem Weg, Plattform zu werden. Deshalb öffnen wir unseren Onlineshop otto.de gerade für weitere Marken und Partner – der Möbelhandel spielt dabei eine entscheidende Rolle.“

Hidden Champion aus Österreich

Voll auf Multi-Channel getrimmt ist Wetscher aus Tirol. „Hidden Champions sind nie da, wo Milch und Honig fließen – Wetscher gilt als Erfolgsstory in den Tiroler Bergen. Das Traditionsunternehmen behauptet sich seit mittlerweile fünf Generationen im hochkonzentrierten österreichischen Möbelhandel, gilt als Größter unter den Kleinen. Mit seinem neuen Konzept ‚WetscherMax‘ verknüpft das Unternehmen die Möglichkeiten der Online-Welt mit den Vorzügen des stationären Handels“, so Martin Wetscher, Geschäftsführer Wetscher GmbH, zum Konzept des Traditionshauses aus Österreich beim imm cologne Congress 2019.

Professioneller E-Commerce im Möbelhandel

Links

- [imm cologne](#)

Weiterführende Links

- [eBay](#)
- [Möbel Kempf](#)
- [Kommerz](#)
- [Otto](#)
- [moebel.de](#)
- [IFH Köln](#)
- [Wetscher](#)