

## **moebel.de – Neue Konzepte**

### **Der agile Partner für den Möbelhandel launcht neues Portal**

#### **Deutschlands größtes digitales Einrichtungsportal moebel.de erstrahlt seit ein paar Wochen in einem neuen Look**

Dienstag, 13.11.2018

Für den Nutzer von moebel.de hat sich nach dem Relaunch vieles verändert – nicht nur die Farbe an einigen Stellen des Portals. Die Ladegeschwindigkeit, das stetige Nachladen der Produkte, die sich außerdem mehrmals täglich in der Sortierung anpassen, die einfachere Händelbarkeit auf mobilen Endgeräten und eine angepasste Kategorisierung sind für angebundene Shoppartner und User gleichermaßen wichtig und wurden von moebel.de neu erstellt.

„Für uns ist moebel.de nicht nur eine technische Plattform, sie ist ein sich stetig änderndes Gebilde, was sich den Gegebenheiten des Marktes anpasst und immer weiterentwickelt wird. Agil und nach den Bedürfnissen unserer Partner und User“, berichtet Arne Stock, COO von moebel.de.

#### **Agil ist das Stichwort**

Der Relaunch einer Website dauert in der Regel sehr lange und ist sehr komplex. Durch die nunmehr vollständige agile Programmierung kann man schneller auf neue Anforderungen aus dem Markt reagieren. Man ist so in der Lage, weiterhin Schritt für Schritt verschiedene Bereiche des Portals zu erneuern. Auf der Website von moebel.de bündelt das 70-köpfige und internationale Team (meubles.fr) über 3 Millionen Produkte aus über 250 Online-Shops. Zusätzlich findet der Nutzer 10.000 stationäre Händler und rund 2.000 Marken. Redaktionelle Inhalte von Einrichtungsexperten runden das Portal ab und signalisieren zusätzlich auf diesem Weg dem Nutzer die Kompetenz von moebel.de im Einrichtungssegment. Wichtig zu wissen, moebel.de verkauft keine Möbel, es hilft lediglich zu verkaufen. Vom Wachstum und den Neuerungen profitieren alle angeschlossenen Partner. So schafft es moebel.de nicht nur, die Zugriffe in den Onlineshops zu steigern, sondern vor allem auch die Sichtbarkeit für den lokalen Möbelhandel zu erhöhen. Dies gelingt nur, wenn man mit den neuesten Entwicklungen agiert. In regelmäßig durchgeführten Studien fragt moebel.de seine Nutzer nach ihren Bedürfnissen, und so hilft der User dabei, dass sich das Portal stetig weiterentwickelt. „Wir haben uns bei moebel.de zur agilen Entwicklungsmethodik entschlossen, weil wir anhand der Feedbacks unserer User und Partner so die Seite direkt weiter anpassen können und so für alle das beste Ergebnis herausholen können“, erläutert Stock.

Der Erfolgsfaktor von moebel.de ist die große Bandbreite an Services. Diese bietet für stationäre Händler, Marken, Hersteller, Onlineshops oder Multichannelhändler passende Angebote zur Bewerbung ihrer Produkte. Highlight ist das digitale regionale Marketing: Auf Basis der eigenen Nutzerprofile steuert moebel.de für seine Partner Werbung sowohl regional als auch nach Warengruppen-Interesse aus, um so die Kampagnen der Partner passgenau in der jeweiligen Kunden-Zielgruppe zu platzieren. Auch ohne

eigenen Onlineshop kann sich der Handel auf moebel.de präsentieren. Diese Lösungen passen sich der Branche und den Bedürfnissen der Verbraucher gleichermaßen stetig agil an. moebel.de blickt, egal ob für den online- oder stationären Handel, optimistisch in die Zukunft und entwickelt ständig weitere Lösungen für den Markt. moebel.de ist im Markt bestens aufgestellt und wächst seit Jahren überdurchschnittlich. Für jeden gilt im digitalen Zeitalter: Wenn es auch nicht der eigentliche Vertriebsweg ist, jeder Marktteilnehmer kann und sollte digitale Möglichkeiten nutzen, um der stetig wachsenden online-affinen Zielgruppe gerecht zu werden und um vom Kunden weiterhin wahrgenommen zu werden.

## **Der agile Partner für den Möbelhandel launcht neues Portal**

### **Links**

- [Experten-Profil moebel.de](#)

### **Downloads**

- [MM1118\\_095\\_BF\\_PR\\_MoebelDe.pdf](#)