

Westwing

Expansion in den B2B-Markt

Freitag, 17.03.2023



Hotels, Büros, Wohnungen: Westwing will mit seinen Produkten neue B2B-Kundengruppen gewinnen.
Foto: Westwing

Der Home & Living-Anbieter Westwing expandiert in den B2B-Markt in der DACH-Region. Das eCommerce-Unternehmen möchte die gesamte Wertschöpfungskette von der Planungsphase über die Lieferung bis hin zur Montage abdecken. „Wir freuen uns sehr, unser B2B-Geschäft zu starten und unsere schönen Produkte und unseren erstklassigen Service für Unternehmen anzubieten“, sagt Dr. Andreas Hoerning, CEO von Westwing. „Wir glauben, dass jetzt der perfekte Zeitpunkt für Unternehmen ist, in ihre Räume zu investieren und für ihre Kundinnen und Kunden sowie für ihre Teams eine komfortable, funktionale und stilvolle Umgebung zu schaffen.“ Westwing möchte sich mit diesem Schritt einer völlig neuen Kundengruppe öffnen und sieht im B2B-Markt großes Umsatzpotenzial. Die Pandemie habe zu signifikanten Veränderungen in der Arbeitswelt geführt, einschließlich Verschiebungen in der Demografie und den Arbeitsgewohnheiten. Mit der Zunahme des Home Office suchten viele Arbeitnehmer nach einem komfortablen und heimeligen Gefühl, wenn sie ins Büro gehen, und Arbeitgeber suchten nach Möglichkeiten, diese Atmosphäre zu schaffen, so das Unternehmen. Es gehe jedoch nicht nur um die Zeit während der Arbeit, sondern auch um die veränderte Verbraucherstimmung in Bezug auf häufige Arbeitsplatzwechsel. Dieser bringe die Notwendigkeit mit sich, öfter umzuziehen, sodass die Arbeitnehmer auf der Suche nach möblierten, bequemen und flexiblen Wohnmöglichkeiten seien. „Westwing ist gut positioniert, um diese Trends zu unterstützen und Lösungen anzubieten, die den sich ändernden Bedürfnissen der heutigen Arbeitskräfte gerecht werden, wobei der Schwerpunkt auf Komfort, Flexibilität und digitaler Benutzerfreundlichkeit liegt“, heißt es in München. Im vergangenen Jahr hat Westwing ein B2B-Serviceangebot für Unternehmen jeder Größe geschaffen, von kleinen Cafés und Restaurants bis hin zu großen Baurägern und Hotels. Mit diesem persönlichen Service will sich der Anbieter von den Mitbewerbern in der eCommerce-Branche abheben, indem das Unternehmen Projekte mit einem persönlichen Kundenbetreuer und einem Team von Innenarchitekten aus

dem Westwing-Studio plant. Dennoch können die Kunden mit nur wenigen Klicks sofort verfügbare Produkte selbst einkaufen. Kunden haben die Möglichkeit, bildhafte 3D-Renderings ihrer Inneneinrichtung zu erhalten. Dies helfe, kaufmännische Prozesse zu beschleunigen, so Westwing. So könnten beispielsweise Immobilienunternehmen bereits Objekte anbieten und Mieter finden, während die Immobilie noch im Bau sei. Westwing bietet einen eigenen Delivery Service in München, Hamburg und Berlin an, der eine termingerechte konsolidierte Lieferung und Produktmontage ermöglichen soll.

Expansion in den B2B-Markt

Links

- [Westwing](#)