

Presse-Information

Online-Shop WERKERSWELT.de neu aufgesetzt

- hagebau Einzelhandels-Vertriebsschiene WERKERS WELT mit neuem Shop im Netz
- Neues E-Commerce-Konzept von baumarkt direkt zum zweiten Mal umgesetzt
- Sortiment im Online-Shop deutlich erweitert
- Hoher Nutzungskomfort durch Mobile-Optimierung
- Online bestellen und stationär abholen in allen WERKERS WELT Standorten möglich

Hamburg/Soltau, 10. September 2015. Die baumarkt direkt GmbH & Co. KG, das Joint Venture der Otto Group und der hagebau Gruppe, hat den Online-Shop WERKERSWELT.de komplett überarbeitet. Damit setzt baumarkt direkt seine Strategie, Online-Shop-Konzepte und Vertriebsmarken flexibel und schnell zu multiplizieren, weiterhin zielgerichtet um. Bereits im März wurde der Online-Shop hagebau.de mit gleicher E-Commerce-Plattform gestartet.

Die Kunden von WERKERSWELT.de profitieren durch den Relaunch von einem deutlich erweiterten Sortiment und hoher Anwenderfreundlichkeit. In dem mobile-optimierten Shop werden Produkte aus den Bereichen Bau- und Gartenbedarf angeboten.

„Die Einführung der neuen E-Commerce-Plattform im Frühjahr war ein strategischer Meilenstein für die weitere Entwicklung von baumarkt direkt“, betont Stefan Ebert, Geschäftsführer des Joint Ventures. „Dass diese neue Plattform eine optimale Basis ist, zeigt die effiziente und schnelle Umsetzung des WERKERS WELT Online-Shops“, so Ebert weiter. Darüber

hinaus arbeite baumarkt direkt permanent an der Erweiterung des Online-Portfolios.

Gezielte Umsetzung der Cross-Channel-Strategie auch für Kleinflächenkonzept

Mit dem neuen WERKERS WELT Shop im Netz wird darüber hinaus die Cross-Channel-Strategie des hagebau Einzelhandels konsequent vorangetrieben. Kunden können ab sofort auch online ordern und stationär abholen:

„Die Verzahnung aller Absatzkanäle ist wesentlicher Erfolgsfaktor“, so Kai Kächelein, Geschäftsführer Vertrieb & Marketing hagebau Einzelhandel.

„Daher sind Cross-Channel-Module auch in den neuen Online-Shop für WERKERS WELT integriert“, erläutert Kächelein. Auch für WERKERS WELT erfüllt man mit Start des neuen Shops die Bedürfnisse und Erwartungen von Kunden an einen modernen Händler – online wie offline. „Kunden wünschen ein Angebot über alle Kanäle hinweg und ein ganzheitliches Einkaufserlebnis. Dabei differenzieren sie nicht zwischen dem stationären Angebot und den online präsentierten Artikeln. Der neue Online-Shop zählt über die Cross-Channel-Strategie hinaus auf die nachhaltige Markenbildung von WERKERS WELT ein.“

„Eine hohe E-Commerce-Kompetenz ist zur durchgängigen Markenbildung auf allen Kanälen unerlässlich“, so Ebert. Die Schnelligkeit, mit der ein neuer Online-Shop unter Einbezug von Cross-Channel-Modulen wie „Bestellen & Abholen“ umgesetzt werden kann, zeige klar, dass man bei baumarkt direkt absolut zukunftsfähig aufgestellt sei. „Mit unserer Strategie treffen wir die Bedürfnisse der Kunden von heute.“

Mobile als zentraler Vertriebskanal

Mit dem Relaunch von WERKERSWELT.de legt baumarkt direkt seinen Fokus noch stärker auf das Thema Mobile. Die Funktionalitäten des neuen Online-Shops sind für alle Smartphones, Tablets und Laptops einheitlich. Der Shop ist damit auf allen gängigen Endgeräten optimal nutzbar und setzt in Sachen Bedienkomfort und User Experience Maßstäbe. Die Artikelpräsentation wurde komplett überarbeitet, in der Breite deutlich erweitert und sorgt mit neuer und übersichtlicherer Darstellung für einen verbesserten Kundennutzen.

„Mobile ist bei uns längst kein reines Informationsmedium mehr, sondern ein vollwertiger Shopping-Kanal, der deutlich höhere Umsätze generiert als wir noch vor zwei oder drei Jahren erwartet hätten“, sagt Ebert. Der mobile Vertriebskanal werde daher auch im Mittelpunkt von zukünftig geplanten, weiteren Multiplikationen von baumarkt direkt stehen.

3.781 Zeichen

Bildunterschrift:

WerkersWelt_Shop.jpg

Online-Shop WERKERSWELT.de neu aufgesetzt

Foto: hagebau (Abdruck honorarfrei)

Über baumarkt direkt

Die baumarkt direkt GmbH & Co. KG, ein 2007 gegründetes Joint Venture der Otto Group und hagebau Gruppe, ist der marktführende Do-it-Yourself-Distanzhändler in Deutschland. Grundidee des Joint Ventures ist es, die hohe Kompetenz der hagebau Gruppe im Stationär-Handel mit den Erfahrungen der Otto Group im Distanzhandel zu bündeln. Als Multi-Channel-Anbieter verknüpft die Marke baumarkt direkt die vertrieblichen Möglichkeiten von Internet- und

Katalogbestellung mit dem Stationär-Geschäft. So bietet das Unternehmen seinen Kunden zu der Einkaufsmöglichkeit im hagebaumarkt eigene Kataloge sowie einen Online-Shop. Der Hauptkatalog erscheint zweimal im Jahr und bildet einen Ausschnitt des Internet-Sortimentes ab. Zusätzliche Spezialkataloge greifen über das ganze Jahr interessante Einzelthemen auf. Das Angebot im Internet erweitert zudem das in den hagebaumärkten verfügbare Sortiment und ermöglicht eine Sendungszusammenfügung sowie die Sendungsverfolgung (track & trace).

hagebau Gruppe

1964 gegründet ist die hagebau Handelsgesellschaft für Baustoffe mbH & Co. KG eine durch heute über 360 rechtlich selbstständige, mittelständische Unternehmen im Fach- und Einzelhandel getragene Kooperation. Der hagebau Gruppe sind mehr als 1.650 Standorte in Europa (Deutschland, Österreich, Schweiz, Luxemburg, Frankreich, Belgien und Spanien) angeschlossen.

Mit einem zentralfakturierten Nettoumsatz (alle über die hagebau Zentrale bezogenen Waren und Dienstleistungen) von 6,1 Milliarden Euro (2014) nimmt die hagebau Gruppe einen Spitzenplatz in der Branche ein. Alle Gesellschafter des Fach- und Einzelhandels der hagebau Gruppe erwirtschafteten ein Jahr zuvor (2013) einen Netto-Außenumsatz von 13,8 Milliarden Euro.

Die hagebaumärkte in Deutschland und Österreich erzielten im Geschäftsjahr 2014 einen kumulierten Netto-Verkaufsumsatz von 2,04 Milliarden Euro.

Der Fachhandel bedient unter der (Kann-)Marke hagebau die Bereiche Baustoffe, Fliese/Naturstein und Holz (primär B2B). Der Einzelhandel, dem mittelständische Unternehmen über die 100-prozentige hagebau Tochter ZEUS Zentrale für Einkauf und Service GmbH & Co. KG der Gruppe angeschlossen sind, ist mit den Marken hagebaumarkt, Floraland und Werkers Welt im standortgebundenen B2C-Markt aktiv. Mit dem Joint Venture baumarkt direkt der hagebau mit der Otto Group Hamburg deckt die Verbundgruppe auch den B2C-Onlinehandel ab. Die Zentrale der Kooperation hat ihren Sitz in Soltau. Mit etwa 800 Mitarbeitern erbringt diese zahlreiche Dienstleistungen für die angeschlossenen mittelständischen Handelshäuser, insbesondere in den Bereichen Einkauf, Vertrieb, Systeme, Logistik, Marketing und Finanzberatung. Damit wird das Tagesgeschäft der

selbstständigen mittelständischen Handelshäuser umfassend und kostenoptimiert unterstützt.

Pressekontakt baumarkt direkt

CORELATIONS

Agentur für Public Relations

Gabi Westerteiger, Telefon: +49 40 6461-5372

Kathrin-Luise Fiesel, Telefon: + 49 40 6461-5305

Werner-Otto-Straße 1-7, 22179 Hamburg

E-Mail: gabi.westerteiger@corelations.de

E-Mail: kathrin-luise.fiesel@corelations.de

Pressekontakt hagebau:

Dr. Ralph Esper

Bereichsleitung Unternehmenskommunikation

Pressesprecher

hagebau

Handelsgesellschaft für Baustoffe mbH & Co. KG

Celler Str. 47

29614 Soltau

Telefon: +49 5191 802-766

Telefax: +49 5191 98664-766

E-Mail: ralph.esper@hagebau.com

Internet: www.hagebau.com

Nina Lemmerz-Sickert

Abteilungsleitung Unternehmenskommunikation

stellvertretende Pressesprecherin

hagebau

Handelsgesellschaft für Baustoffe mbH & Co. KG

Celler Str. 47

29614 Soltau

Telefon: +49 5191 802-879

Telefax: +49 5191 98664-879

Mobil: +49 160 2239999

E-Mail: nina.lemmerz-sickert@hagebau.com

Internet: www.hagebau.com