

Alles andere als gewöhnlich

ROPO (Research Online, Purchase Offline) heißt das Zauberwort für den Einzelhandel von heute. Einer GfK-Studie zu Folge informieren sich 38% aller Kunden online, bevor sie stationär kaufen. Und genau diesem Trend trägt die Wohnwelt Fahrenbrück Rechnung. Vor kurzem ist das Unternehmen mit einer neuen Website online gegangen, die nicht nur allgemeine Informationen enthält, sondern das gesamte Sortiment mit Preisen abbildet. Auf einen Online-Shop allerdings hat man bei Fahrenbrück bewusst verzichtet.

Die neue Website der Wohnwelt Fahrenbrück wurde auch für mobile Endgeräte wie Smartphones und Tablets optimiert.

Als man sich im Hause Fahrenbrück für einen neuen Internetauftritt entschloss, war der alte noch nicht wirklich alt. Allerdings wollte man den Kundenwünschen und Konsumentengewohnheiten noch besser entsprechen. Zum einen kommen hier die besagten 38% der Konsumenten ins Spiel, die sich vor einem Kauf online informieren. Zum anderen gehen fast 40% der deutschen Bevölkerung über das Smartphone ins Internet. Tendenz in beiden Fällen steigend. Diese Zahlen bestätigt auch Stephan Wilm, Geschäftsführer von wilm & friends, der von Fahrenbrück mit Konzeption und Umsetzung beauftragten Agentur, die ihren Sitz im oberfränkischen Hochstadt am Main hat. wilm & friends betreut bereits einige Kunden aus der

Möbelindustrie, wodurch Katrin Fahrenbrück, als Geschäftsführerin der Wohnwelt Fahrenbrück unter anderem zuständig für das Marketing, auch auf die Agentur aufmerksam geworden war.

Katrin Fahrenbrück führt gemeinsam mit ihrem Bruder Veit und ihrem Vater Johannes das Unternehmen. Sie verantwortet die Bereiche Marketing und Personal.



Die Aufgabenstellung war somit klar: Die Produktwelten – einzelne Produkte inklusive Preise – sollten in den Internetauftritt integriert werden. Und zwar so, dass sie mit dem restlichen Content wie die Möglichkeit der Katalogbestellung oder Informationen zu Events zu einer Einheit verschmelzen. Weiterhin war die Maßgabe, dass die Website auch für mobile Endgeräte wie Tablets und Smartphones optimiert ist. Und last but not least sollte der Auftritt einfach ein bisschen frischer gestaltet werden.

Die Wellenlänge zwischen Katrin Fahnenbruck und Stephan Wilm hat von Anfang an gestimmt. „Herr Wilm und sein Team haben uns sofort verstanden und extrem zuverlässig und schnell gearbeitet“, ist die Geschäftsführerin voller Lob. In einem ersten Step wurde die Website neu aufgesetzt, wobei die Herausforderung hier vor allem in der Erstellung eines eigenen Backends zur Verwaltung der Produktdaten lag. Diese stellt der Europa Möbel-Verbund (EMV), dem die Wohnwelt Fahnenbruck angehört, zur Verfügung. Für die Verwendung bei Fahnenbruck allerdings mussten sie nochmals angepasst werden, sodass sie im Nachhinein verändert werden können und auch bei einem Update erhalten bleiben. Um die Produkte auch mobil komfortabel aufrufen und anschauen zu können, bedient sich das System von den Daten der Website. Eine separate Pflege der speziellen Mobilesite ist hier nicht nötig. Das Speichern des Wunschmöbels auf einer Merkliste, die per Mail verschickt werden kann, sowie die Möglichkeit des Postens auf Facebook, scheint in diesem Zusammenhang fast selbstverständlich.

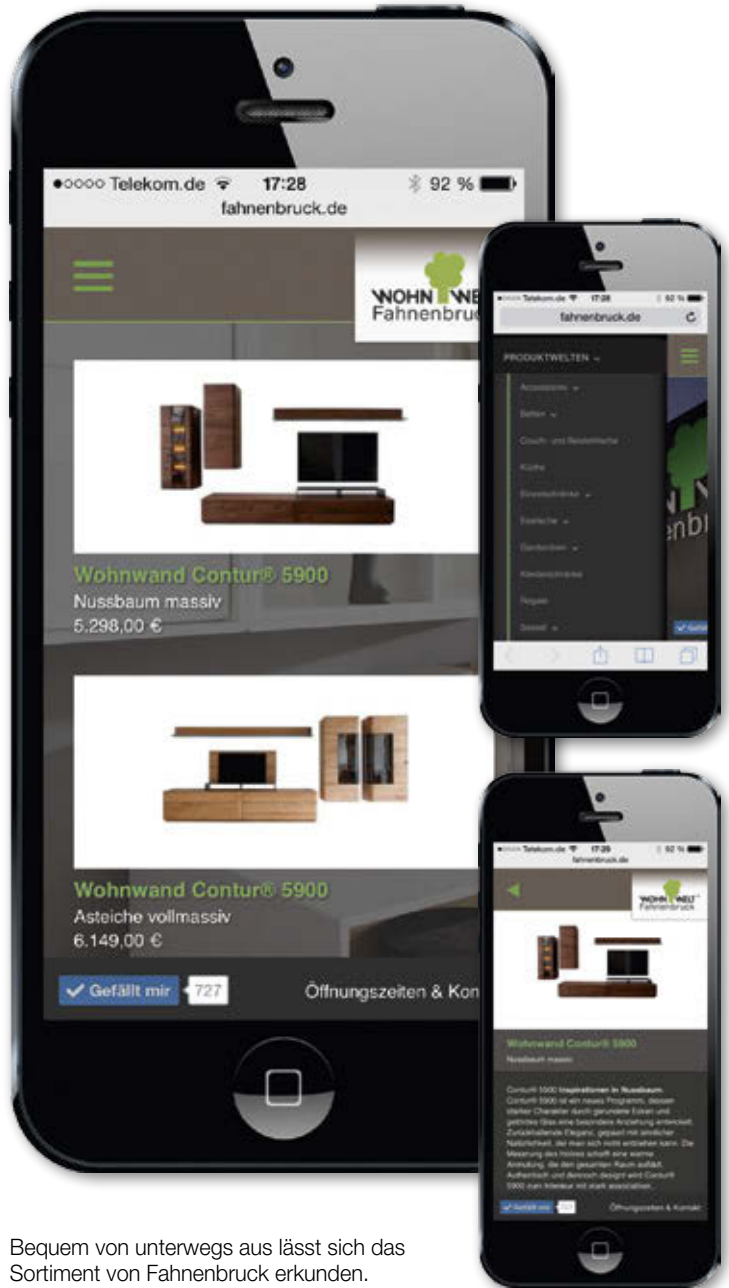
Einen Online-Shop allerdings wollte man bei der Wohnwelt Fahnenbruck nicht integrieren. „Dagegen haben wir uns bewusst entschieden. Wir wollen die Interessenten neugierig machen und sie dann bei uns kompetent beraten“, erklärt Katrin Fahnenbruck. „Zudem bin ich immer noch der Meinung, dass man die Möbel vor einem Kauf persönlich gesehen und auch angefasst haben muss. Hinzu kommt, dass wir oft sehr beratungsintensive Produkte haben und auch viele individuelle Zusammenstellungen bzw. Maßanfertigungen verkaufen. Und hier ist dann ein Aufmaß vor Ort ohnehin ein Muss.“ In Stein gemeißelt ist diese Entscheidung allerdings nicht. Sollte es sich irgendwann einmal als sinnvoll erweisen, einen Online-Shop aufzusetzen, ist dies ohne Probleme jederzeit möglich. Diese Option hat man bei der Konzeption und Realisierung bereits berücksichtigt.

Möglich wurde die Einbindung der Produkte in die Internetseite allerdings erst durch die Bereitstellung der Produktdaten durch den EMV. Insgesamt stehen 3.000 Artikel zur Verfügung. „Das ist für uns eine große Erleichterung, denn wir als mittelständischer Möbelhändler hätten dies niemals aus eigener Kraft leisten können“, so Katrin Fahnenbruck. „Der EMV bietet in diesem Zusammenhang zudem ein Modul zur Integration eines Online-Shops an. Wir wollten allerdings unseren eigenen Weg gehen und greifen deshalb nur auf die Daten zurück.“

Neues Haus in Bocholt

Gleichzeitig mit der mobilen Version der Website hat die Wohnwelt Fahnenbruck stationär Zuwachs bekommen. Am 2. August wurde in Bocholt eine Filiale eröffnet. Auf 2.200 qm präsentiert das Unternehmen ein Vollsortiment. Dabei kommt hauptsächlich die EMV-eigene Marke „Contur“, angereichert mit WK Wohnen sowie einigen anderen Möbelmarken zum Einsatz. Und auch hier geht Fahnenbruck ungewöhnliche Wege. „Wir haben fünf offene Bereiche gestaltet, in denen wir Wohnen, Kochen und Speisen in Kombination zeigen. Erst später gehen wir wieder in die einzelnen Segmente zurück“, erklärt Katrin Fahnenbruck. „Zudem set-

Stephan Wilm ist Geschäftsführer von wilm & friends. Die Agentur hat die Website konzeptioniert und umgesetzt. Fotos: Fahnenbruck, wilm & friends



Bequem von unterwegs aus lässt sich das Sortiment von Fahnenbruck erkunden.

zen wir bewusst auf einen Mix der Stilrichtungen, um den Kunden Anregungen zu geben.“ Und auch bei der Lieferantenauswahl gab es ganz besondere Kriterien: „Wir greifen ausschließlich auf Lieferanten zurück, die offen für Kundenwünsche und Sonderanfertigungen sind. Auf diese Weise schaffen wir es, den Kunden auf kleinster Fläche optimal zu bedienen, ohne Nein sagen zu müssen.“ Die Krönung des Konzeptes in Bocholt sind schließlich die Mitarbeiter: „Wir

haben alle Verkäufer bzw. Verkäuferinnen auf alle Warengruppen geschult, so dass ein Verkäufer über alle Warengruppen hinweg den Kunden bedienen kann und ihn nicht mehr an einen Kollegen abgeben muss“, zeigt sich Katrin Fahnenbruck stolz.

Natürlich wurde das Haus in Bocholt ebenfalls in den neuen Internetauftritt integriert. Mit Hilfe eines virtuellen Rundgangs lassen sich auch erste Eindrücke sammeln, die Lust auf mehr machen. Bianca Schmidt

