

Heimtex



Europas große Wirtschafts- und Handelszeitschrift für
Bodenbeläge, Tapeten, Farben, Heimtextilien, Sonnenschutz

INTERVIEW DES MONATS

Oliver Kluge, Geschäftsführer Amtico:
„Wir wollen bei Teppichfliesen langfristig
zu den Großen gehören“ Seite 28

Kadeco

Trend-Updates fürs Fenster

Seite 112





Die Wotex hat die Angebote zum Thema E-Commerce für ihre Mitglieder ausgebaut.

Wotex verbindet Fachhandel und Internet

Die Wotex hilft ihren Mitgliedern dabei, mit einer attraktiven Webseite im Internet gefunden zu werden und dort zusätzliche Umsätze zu generieren. Das neue Online-Kit enthält unterschiedlichste Funktionen, die je nach individuellen Erfordernissen eingesetzt werden können.

Ein kaufen, das geht heute ganz bequem vom heimischen Sofa mit dem Tablet oder von unterwegs mit dem Smartphone. Entweder direkt zu Amazon oder über die Google-Suche zum passenden Onlineshop. „In Deutschland sind rund 41 Mio. Verbraucher regelmäßig auf ‚Online-Shoppingtour‘. Etwa 9 Mio. informieren sich Monat für Monat online allein über die Produktgruppen Heimtextilien, Bodenbeläge und Farben“, stellt Karl-Heinz Deckmann

Das Onlineschaufenster kann mit mehr als 20.000 Artikeln aus der Wotex-Datenbank bestückt werden.

unter Bezug auf Erhebungen des Kölner Instituts für Handelsforschung fest. Der Gründer und Geschäftsführer der Wotex sagt aber auch: „Die Menschen sind durchaus bereit, in ihrem lokalen Umfeld nach dem digitalen Erstkontakt den Einzelhandel oder Handwerker vor Ort in Anspruch zu nehmen.“ Damit das tatsächlich passiert, hat die Kooperation für ihre Mitglieder ein Online-Kit entwickelt, das ihnen beim Geschäft im und über das Internet helfen soll.

„Über 80 % aller potenziellen Käufer informieren sich vorab im Internet. Die digitale Sichtbarkeit und die Auffindbarkeit von Unternehmen und Angebot sind daher Grundvoraussetzungen, um überhaupt erfolgreich im Onlinegeschäft und im Markt zu agieren. Wer hier in Zeiten kontinuierlich wachsender Onlineumsätze den Anschluss verpasst, verliert langfristig“, konstatiert Deckmann. Weil viele Fachhändler von Bodenbelägen, Farben und Heimtextilien aber keine ausreichenden

Kapazitäten haben, um sich neben ihrem Alltagsgeschäft noch in diesem Bereich ausreichend und professionell zu positionieren, gibt es von der Wotex eine „Rundum-sorglos-Lösung“, die jetzt noch umfangreicher geworden ist. „Das neue System kann problemlos in bestehende Webseiten unserer Mitglieder integriert werden“, erläutert Karheinz Deckmann. Es sei zudem so flexibel, dass man es nach den jeweiligen Bedürfnissen und Vorstellungen gestalten könne.

E-Commerce auch ohne eigenen Onlineshop

Alles beginnt bei der Gestaltung der Webseiten für die Mitgliedsfirmen. Diese sind für Suchmaschinen optimiert, damit sie von Google & Co. auch gefunden werden. Dank Responsive Design werden die Seiten auf Computermonitoren und Laptops genau so gut dargestellt wie auf Tablets und Smartphones. Die Navigation ist intuitiv. Wer eine Touchscreen benutzt, kann schon durch bloßes Anklicken der Telefonnummern oder Mailadressen mit dem jeweiligen Händler in Kontakt treten. Die Verknüpfung zum Onlineshop der Wotex klappt sicher und reibungslos.

Letzteres ist in sofern wichtig, als Wotex-Mitglieder keinen eigenen Onlineshop betreiben müssen, um Produkte über das Netz zu verkaufen. Dabei hilft das Wotex Onlineschaufenster. Mehr als 20.000 Artikel umfasst die Datenbank, aus der das digitale Schaufenster des Händlers individuell bestückt wird. Auch Ergänzungen aus dem eigenen Sortiment sind möglich. Kaufvorgänge, die über Onlineschaufenster initi-

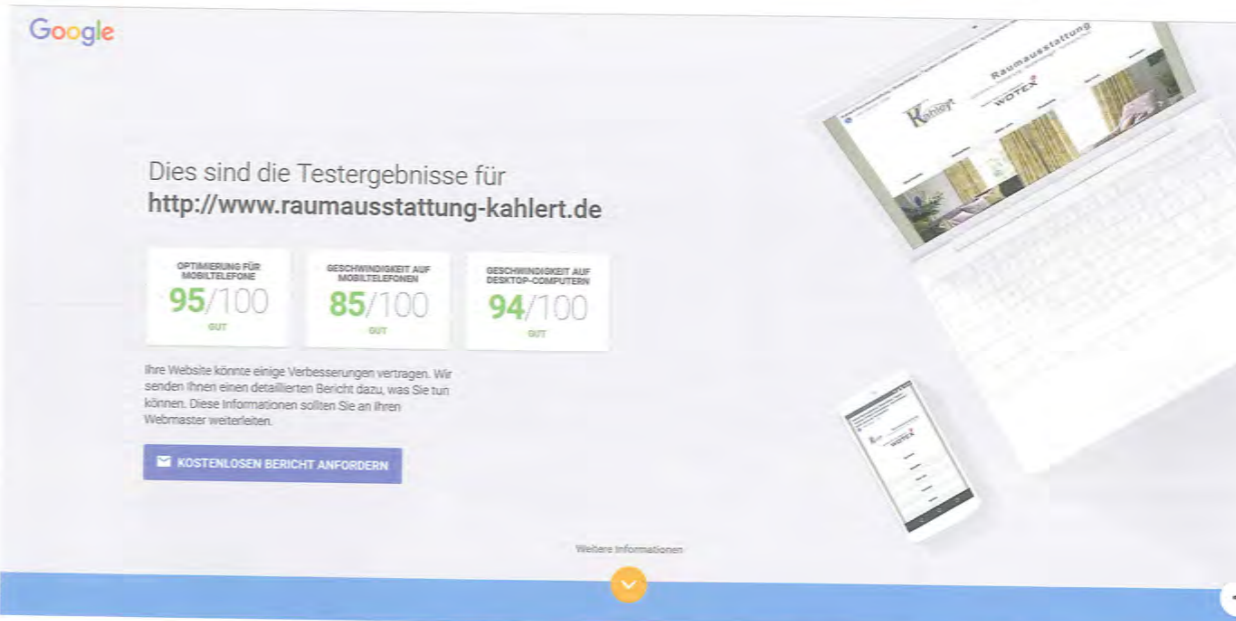
iert werden, gelten als Umsatz des jeweiligen Mitglieds und werden entsprechend vergütet.

Weil Webseiten heutzutage besonders von attraktiven und emotionalen Bildern leben, gibt es das Ambiente Modul. Es beinhaltet mehr als 100 Raumbilder, die Inspiration für modernes Wohnen mit Bodenbelägen, Farben und Heimtextilien liefern. Die Auswahl wird jährlich aktualisiert und den veränderten Einrichtungstrends angepasst.

**Wotex-Gründer Karl-Heinz Deckmann:
„Wer in Zeiten kontinuierlich wachsender Onlineumsätze den Anschluss verpasst, verliert langfristig.“**

Weitere nützliche Funktionen sind kalendergesteuerte Inhalte für saisonale Aktionen und um die Webseite aktuell zu halten sowie ein Blog, mit dem man Informationen an die Internetgemeinde kommunizieren kann – und der dabei hilft, das Google-Ranking zu verbessern. Und weil Kundebewertungen im Internet eine große Bedeutung haben, gibt es im Online-Kit der Wotex auch die Möglichkeit, diese in die eigene Webseite zu integrieren.

» bth@snfachpresse.de



Wie Google die Performance Ihrer Webseite einstuft, können Sie auf testmysite.thinkwithgoogle.com überprüfen. Bei der weiteren Optimierung hilft die Wotex ihren Mitgliedern.



Die Wotex hat die Angebote zum Thema E-Commerce für ihre Mitglieder ausgebaut.

Wotex verbindet Fachhandel und Internet

Die Wotex hilft ihren Mitgliedern dabei, mit einer attraktiven Webseite im Internet gefunden zu werden und dort zusätzliche Umsätze zu generieren. Das neue Online-Kit enthält unterschiedlichste Funktionen, die je nach individuellen Erfordernissen eingesetzt werden können.

Einkaufen, das geht heute ganz bequem vom heimischen Sofa mit dem Tablet oder von unterwegs mit dem Smartphone. Entweder direkt zu Amazon oder über die Google-Suche zum passenden Onlineshop. „In Deutschland sind rund 41 Mio. Verbraucher regelmäßig auf ‚Online-Shoppingtour‘. Etwa 9 Mio. informieren sich Monat für Monat online allein über die Produktgruppen Heimtextilien, Bodenbeläge und Farben“, stellt Karl-Heinz Deckmann

unter Bezug auf Erhebungen des Kölner Instituts für Handelsforschung fest. Der Gründer und Geschäftsführer der Wotex sagt aber auch: „Die Menschen sind durchaus bereit, in ihrem lokalen Umfeld nach dem digitalen Erstkontakt den Einzelhandel oder Handwerker vor Ort in Anspruch zu nehmen.“ Damit das tatsächlich passiert, hat die Kooperation für ihre Mitglieder ein Online-Kit entwickelt, das ihnen beim Geschäft im und über das Internet helfen soll.

Das Onlineschaufenster kann mit mehr als 20.000 Artikeln aus der Wotex-Datenbank bestückt werden.

„Über 80 % aller potenziellen Käufer informieren sich vorab im Internet. Die digitale Sichtbarkeit und die Auffindbarkeit von Unternehmen und Angebot sind daher Grundvoraussetzungen, um überhaupt erfolgreich im Onlinegeschäft und im Markt zu agieren. Wer hier in Zeiten kontinuierlich wachsender Onlineumsätze den Anschluss verpasst, verliert langfristig“, konstatiert Deckmann. Weil viele Fachhändler von Bodenbelägen, Farben und Heimtextilien aber keine ausreichenden

Kapazitäten haben, um sich neben ihrem Alltagsgeschäft noch in diesem Bereich ausreichend und professionell zu positionieren, gibt es von der Wotex eine „Rundum-sorglos-Lösung“, die jetzt noch umfangreicher geworden ist. „Das neue System kann problemlos in bestehende Webseiten unserer Mitglieder integriert werden“, erläutert Karheinz Deckmann. Es sei zudem so flexibel, dass man es nach den jeweiligen Bedürfnissen und Vorstellungen gestalten könne.

E-Commerce auch ohne eigenen Onlineshop

Alles beginnt bei der Gestaltung der Webseiten für die Mitgliedsfirmen. Diese sind für Suchmaschinen optimiert, damit sie von Google & Co. auch gefunden werden. Dank Responsive Design werden die Seiten auf Computermonitoren und Laptops genau so gut dargestellt wie auf Tablets und Smartphones. Die Navigation ist intuitiv. Wer eine Touchscreen benutzt, kann schon durch bloßes Anklicken der Telefonnummern oder Mailadressen mit dem jeweiligen Händler in Kontakt treten. Die Verknüpfung zum Onlineshop der Wotex klappt sicher und reibungslos.

Letzteres ist in sofern wichtig, als Wotex-Mitglieder keinen eigenen Onlineshop betreiben müssen, um Produkte über das Netz zu verkaufen. Dabei hilft das Wotex Onlineschaufenster. Mehr als 20.000 Artikel umfasst die Datenbank, aus der das digitale Schaufenster des Händler individuell bestückt wird. Auch Ergänzungen aus dem eigenen Sortiment sind möglich. Kaufvorgänge, die über Onlineschaufenster initi-

iert werden, gelten als Umsatz des jeweiligen Mitglieds und werden entsprechend vergütet.

Weil Webseiten heutzutage besonders von attraktiven und emotionalen Bildern leben, gibt es das Ambiente Modul. Es beinhaltet mehr als 100 Raumbilder, die Inspiration für modernes Wohnen mit Bodenbelägen, Farben und Heimtextilien liefern. Die Auswahl wird jährlich aktualisiert und den veränderten Einrichtungstrends angepasst.

Wotex-Gründer Karl-Heinz Deckmann:

„Wer in Zeiten kontinuierlich wachsender Onlineumsätze den Anschluss verpasst, verliert langfristig.“

Weitere nützliche Funktionen sind kalendergesteuerte Inhalte für saisonale Aktionen und um die Webseite aktuell zu halten sowie ein Blog, mit dem man Informationen an die Internetgemeinde kommunizieren kann - und der dabei hilft, das Google-Ranking zu verbessern. Und weil Kundebewertungen im Internet eine große Bedeutung haben, gibt es im Online-Kit der Wotex auch die Möglichkeit, diese in die eigene Webseite zu integrieren.

» bth@snfachpresse.de

Google

Dies sind die Testergebnisse für
<http://www.raumausstattung-kahlert.de>

OPTIMIERUNG FÜR MOBILTELEFONE	GESCHWINDIGKEIT AUF MOBILTELEFONEN	GESCHWINDIGKEIT AUF DESKTOP-COMPUTERN
95/100 GUT	85/100 GUT	94/100 GUT

Ihre Webseite könnte einige Verbesserungen vertragen. Wir senden Ihnen einen detaillierten Bericht dazu, was Sie tun können. Diese Informationen sollten Sie an Ihren Webmaster weiterleiten.

[KOSTENLOSEN BERICHT ANFORDERN](#)

(Weitere Informationen)

Wie Google die Performance Ihrer Webseite einstuft, können Sie auf testmysite.thinkwithgoogle.com überprüfen. Bei der weiteren Optimierung hilft die Wotex ihren Mitgliedern.