

stil & markt

Ihr Handelsmagazin rund ums Wohnen, Kochen und Schenken

Corona-Pandemie
Die Branche im Blick

Neuheiten und
Trends



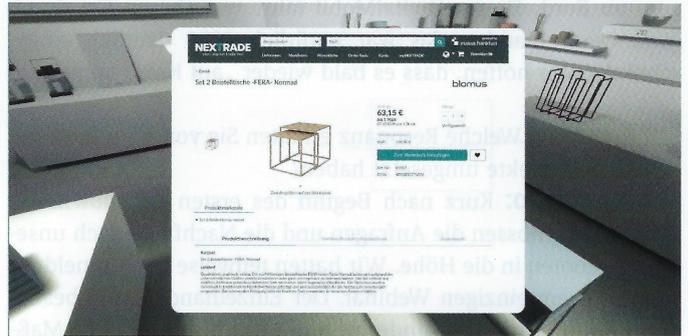
ROBBE & BERKING
SILBER

NEXTRADE: ORDERN AUS DEM SHOWROOM

Auf der digitalen Orderplattform Nextrade der Messe Frankfurt können sich Lieferanten jetzt auch mit einem virtuellen Marken-Showroom präsentieren. Einkäufern bietet das neue Feature die Möglichkeit, direkt auf dem B2B-Marktplatz zu ordern.

Lieferanten können jetzt einen exklusiven virtuellen Showroom mit eigenem Markenprofil und Highlights ihres Sortimentes eröffnen. „Damit erscheint die Marke in einer innovativen Präsentationsumgebung. Das inspiriert Einkäufer und bietet Unterstützung bei der Warenpräsentation“, erklärt Nicolaus Gedat, Geschäftsführer der nmedia GmbH. „Durch die Verknüpfung mit Nextrade können die Produkte unmittelbar aus den Showrooms heraus geordert werden“, ergänzt Philipp Ferger, Geschäftsführer der nmedia GmbH. Entwickelt wurden die Showrooms zusammen mit dem Frankfurter Technologieanbieter The Vatrix.

Mit einem Klick auf einzelne Produkte innerhalb des Showrooms gelangen Händler vollautomatisch auf die Produktbeschreibung im Nextrade-Shop des Lieferanten und können von dort aus nahtlos ihre Order tätigen. Die Marken selbst können sich durch die Eröffnung eines Showrooms neue Touchpoints mit ihren Händlern erschließen – und dies auf mehreren Kanälen. Denn die Einbindung der Showrooms ist neben dem Nextrade-Shop der Marke auch auf der eigenen Website sowie weiteren Online-Präsenzen möglich. Lieferanten können aus einem modula-



Mit dem neuen Bestell-Feature auf Nextrade können Händler bequem aus den Showrooms heraus ordern. © Messe Frankfurt Exhibitions

ren System Showrooms in vier verschiedenen Größen und Preiskategorien auswählen. Die Produktpräsentation erfolgt inklusive der Einbindung freigestellter Bilder und 3D-Objekte.

+ www.nextrade.market

ELEKTRO-KLEINGERÄTE DEUTLICH IM PLUS

Die Corona-Pandemie hat das Segment der Elektro-Kleingeräte beflügelt. In den ersten drei Quartalen 2020 verzeichnete es ein deutliches Plus.

Die Pandemie-Zeiten mit (zeitweise) geschlossenen Restaurants und gebremster Freude am Ausgehen haben viele Menschen die eigene Küche wiederentdecken lassen. Wie die gfu mitteilt,

Satte Zuwachsraten für Elektro-Kleingeräte: Die Kategorie „Food Preparation“ verzeichnete ein Plus von über 30 % (im Bild der Standmixer „Blendforce+“ von Krups). © Krups/Groupe SEB

verzeichnete in der Folge das gesamte Segment der Elektro-Kleingeräte in den ersten drei Quartalen 2020 einen Zuwachs von 12,8 % auf mehr als 4,4 Mrd. Euro Umsatz in Deutschland. Dies geht aus dem Hemix Home Electronics Markt Index Deutschland hervor. Speziell die Haushaltsgeräte, die der Zubereitung von Lebensmitteln dienen, wuchsen in diesem Zeitraum überdurchschnittlich: Die Kategorie „Food Preparation“, also beispielsweise Mixer, Küchenmaschinen, Rührgeräte und Kochmixer, legte laut GfK um 31 % auf knapp 266 Mio. Euro zu. Dabei wurde mit Küchenmaschinen ein Umsatz von 96 Mio. Euro (+ 30 %) und mit Handmixern von 34 Mio. Euro (+ 17 %) erzielt.

+ www.gfu.de,
www.gfk.com

