

Heimtex-Star 2017



**Die besten
Fachgeschäfte
Konzepte
Marketing-Ideen
Events**

„Das Internet ist eine Auftragsmaschine“

Das Internet sieht Rolf Schrempp nicht als Bedrohung, sondern als Auftragsmaschine, als ein Medium, das Kunden in seinen Laden saugt. Im Netz ist er um Authentizität bemüht. Bilder sind dabei besonders wichtig und sorgen mit dafür, dass die Webseite gefunden wird. Das vom Südbund für den Heimtex-Star vorgeschlagene Unternehmen fokussiert bei seinem Online-Auftritt auf das Wesentliche. Das hat die Jury überzeugt, die den Preis in der Kategorie „Vorbildliche Webseite“ nach Offenburg vergibt.



Rolf Schrempp nutzt das Internet, um die Menschen auf seine Firma Bieser Raumausstattung aufmerksam zu machen und sie als Kunden in den Laden zu locken. Verkaufen will er im Geschäft, nicht im Netz.

Mein Name ist Rolf Schrempp. Ich bin der Inhaber der Firma Bieser Raumausstattung. Mich und mein tolles Team finden Sie im Herzen Offenburgs, direkt am Marktplatz, in der Kreuzkirchstraße 8. Wir sind die Spezialisten wenn es um die Textile Wohngestaltung geht.“ Mit diesen freundlichen Worten empfängt der „Experte vor Ort“ die Besucher auf der Online-Plattform Roomido, einer Community, die sich mit Bau- und Einrichtungsthemen beschäftigt. Auch auf Houzz und Homify – Webseiten mit ähnlicher Ausrichtung – lädt der Innenausstatter in sein stationäres Fachgeschäft ein. Und natürlich auf der eigenen Seite, die für alle Internetaktivitäten ein wichtiges Drehkreuz darstellt: www.bieser-raumausstattung.de ist mit der Facebook-Seite des Unternehmens verlinkt. Auch die sozialen Netzwerke Google+ und Pinterest sowie der Fotodienst Instagram spielen eine wichtige Rolle. Denn die Ansprache im virtuellen Raum dient dem Unternehmen gleicher-

maßen zur Neukundengewinnung wie der Pflege und Intensivierung bereits bestehender Kundenbeziehungen.

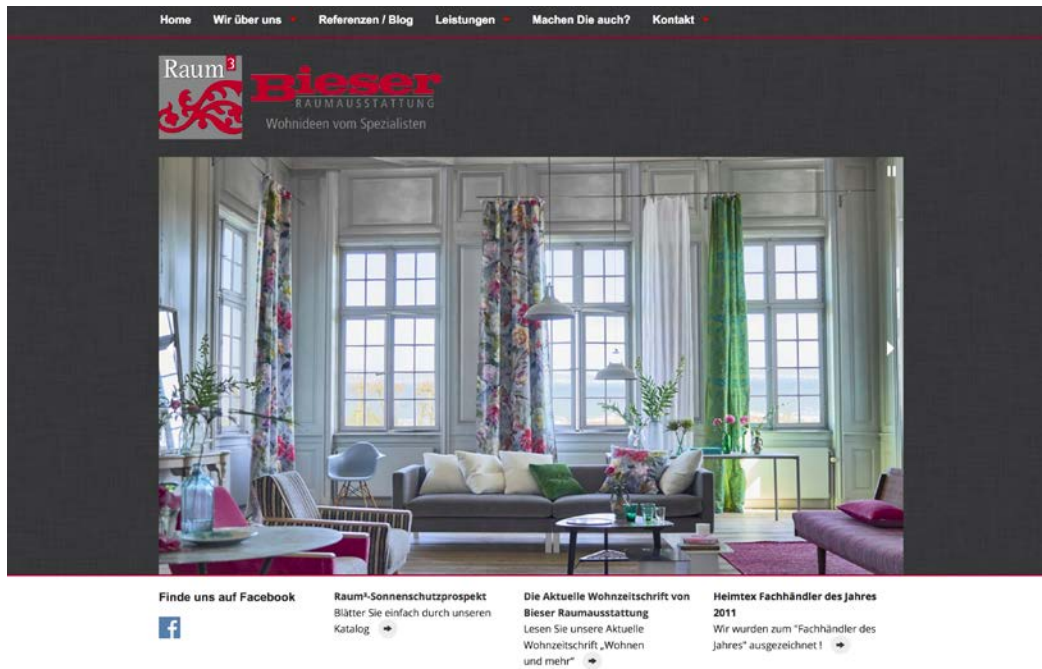
Raumausstattermeister Rolf Schrempp hat den Betrieb 2010 von seinem früheren Arbeitgeber, dem Ehepaar Herbert und Cornelia Bieser, übernommen und seither den Umsatz kontinuierlich gesteigert. Die Zahl der Mitarbeiter ist mit sieben gleich geblieben, ebenso die Größe der Verkaufsfläche, die sich über 140 m² im Erdgeschoss des Geschäftshauses ausdehnt. Polsterwerkstatt und Nähatelier sind im oberen Stockwerk untergebracht. Bei dem mittel- bis hochwertig positionierten Heimtextilien-Sortiment dominiert die Fensterdekoration: 60 % Umsatzanteil vereinen Deko- und Gardinstoffe, Sonnenschutz und Dekotechnik auf sich, Möbelstoffe und Polsterarbeiten tragen 30 % bei, die restlichen 10 % erwirtschaften abgepasste Teppiche. Der Objektanteil wird auf rund 20 % beziffert.

KATEGORIE
VORBILDICHE
WEBSEITE



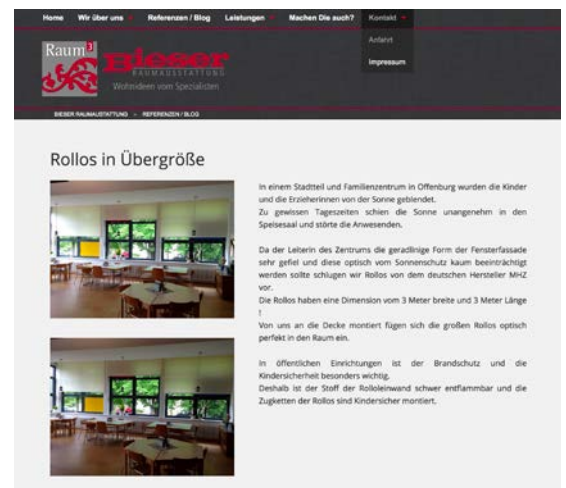
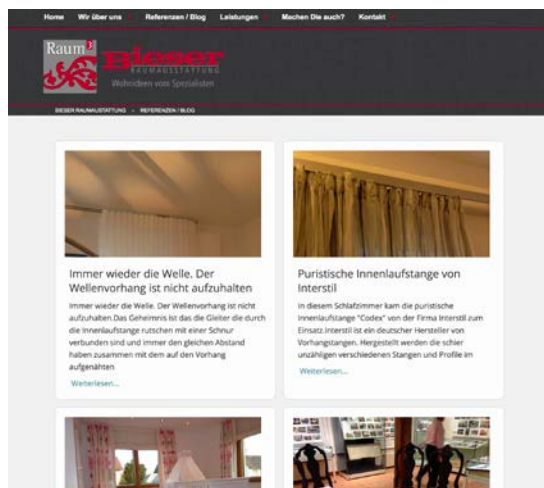
Eine geschmackvoll gestaltete Schaufensterdekoration ist für das Offenburger Fachgeschäft ein wichtiges Aushängeschild.

Die Webseite informiert, verkauft wird im Geschäft



Auf der Startseite von www.bieser-raumausstattung.de machen großformatige Studiobilder im saisonalen Wechsel Lust auf schöne Wohnideen vom Spezialisten.

Unter dem Menüpunkt Blog/Referenzen berichtet Rolf Schremp regelmäßig über seine neuesten Projekte. Die Beiträge mit Bildern postet er auch bei Facebook.



Online ja, Onlineshop nein

In Offenburg gilt Bieser Raumausstattung als führendes Haus mit nunmehr 71-jähriger Tradition. Doch der jetzige Eigentümer will sich nicht ausschließlich auf den guten Namen verlassen. Denn die Kundenstruktur im Einzugsgebiet verändert sich. Jüngst habe die badische Kreisstadt die Marke von 60.000 Einwohnern durchbrochen. „Es gibt viele neu

Zugezogene und die kennen uns nicht“, stellt Schremp fest.

In der Regel suchten potenzielle Kunden heute im Netz nach einem Händler, Hersteller oder gezielt nach einem Produkt. „Wir müssen in einem schwierigen Markt das Interesse wecken“, sagt der 39-jährige, der sich als Teil der „Generation Google“ bezeichnet und mit viel Leidenschaft die neuen Medien als Kommunikationsmittel nutzt.

Onlineshops hingegen steht er kritisch gegenüber und würde selbst auch keinen betreiben: „Ich glaube an den stationären Handel.“

Bieser wirbt auf allen möglichen Onlinekanälen für sein Angebot. So steigt die Wahrscheinlichkeit, dass das Geschäft dort auch gefunden wird. „Das Internet ist eine absolute Auftragsmaschine, ein Staubsauger, mit dem ich Kunden in meinen Laden sauge“, so der netzaffine Inhaber. →



Auf dem Transporter wirbt Rolf Schrempp mit seinem ersten Heimtex-Star, den er 2011 erhalten hat.

Unlängst konnte er mit einem großen Auftrag über das Internet einen Coup landen. Vermögende Kunden aus der Schweiz mit Zweitwohnsitz bei Offenburg fanden die Webseite des Fachhändlers über eine Suchmaschine. Die Geschäftsbeziehung mündete in einem „sensationellen Auftrag“ im Wert von 12.000 EUR für Vorhangstoffe und Innenlaufstangen. „Das finanziert meine Online-Aktivitäten bis ich in Rente bin“, freut sich Rolf Schrempp.

Personalisierung schafft Vertrauen im Netz

Die eigene Webseite ist für Bieser ein modernes Medium, um möglichst viele Kunden auch

außerhalb der Geschäftszeiten zu erreichen. Ein authentischer Auftritt hat für den Betreiber dabei oberste Priorität. „Das Internet hat ein Glaubwürdigkeitsproblem. Durch die Personalisierung lässt sich dem entgegenwirken“, erklärt er. „Deshalb verwenden wir echte, ehrliche Bilder – auch vom Chef bei der Arbeit, im verschwitzten Hemd“, wie er lachend sagt. Viele der Aufnahmen sind selbst gemacht, von der Ware und der damit verbundenen Dienstleistung, also Montagebilder vor Ort. „Im Gegensatz zu einem Automechaniker kann ich als Raumausstatter schöne Bilder vom Ergebnis meiner Arbeit machen“, bemerkt Schrempp.

Damit die Webseite bei Google möglichst weit oben in der Trefferliste angezeigt wird, gibt es als Herzstück den Menüpunkt „Referenzen/Blog“. Hier berichtet der Inhaber regelmäßig über seine neuesten Projekte. Launige Überschriften charakterisieren die Tätigkeit, zum Beispiel: „Immer wieder die Welle. Der Wellenvorhang ist nicht aufzuhalten“ oder „Vive la France! Kundentermin im Elsass, in einem Hotel“. Die Beiträge mit Bildern werden zusätzlich auf dem Facebook-Account gepostet, wiederum mit Link zur Bieser-Webseite.

Diese empfängt die Interessenten in moderner Optik und übersichtlicher Gliederung. Auf ➔

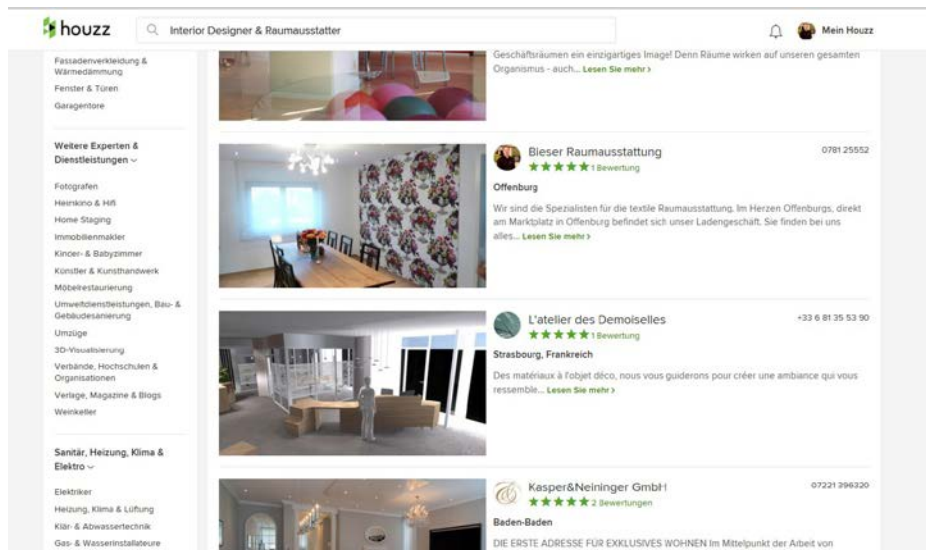
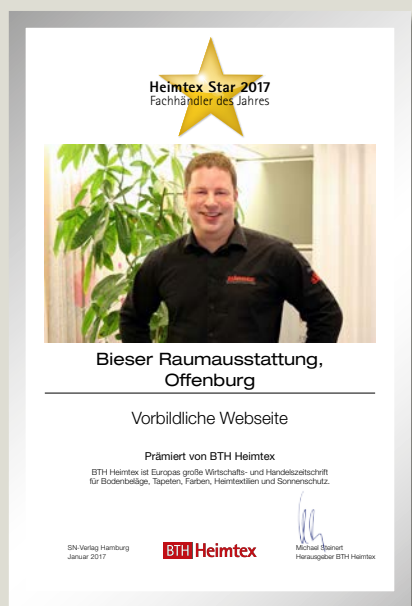


Auf 140 m² zeigt die Raumaussattung Bieser vor allem Produkte für die Fensterdekoration, abgepasste Teppiche und Polsterarbeiten.

Bieser Raumaussstattung in Kürze

Bieser Raumaussattung
Inhaber Rolf Schrempp e.K.
Kreuzkirchstraße 8
77652 Offenburg
Tel.: 0781 / 2 55 52
Fax: 0781 / 7 05 61
info@bieser-raumaussattung.de
www.bieser-raumaussattung.de

Inhaber: Rolf Schrempp
Gründung: 1946
Mitarbeiter: 7
Ausstellungsfläche: 140 m²
Mitglied bei: Südbund



Bieser ist auch bei Online-Communities wie Houzz präsent, die sich mit Bau- und Einrichtungsthemen beschäftigen.

der Startseite machen großformatige Studio-bilder im saisonalen Wechsel Lust auf „Wohnideen vom Spezialisten“, wie der Werbeslogan des Fachgeschäfts lautet. Zahlreiche Kundenmeinungen geben Auskunft über die erfolgreiche Zusammenarbeit. Eine einfache Bedienbarkeit und die Integration von zusätzlichen Medien und Werbemitteln als PDF-Datei werten den Auftritt zusätzlich auf, etwa das Firmenportrait anlässlich des ersten, 2011 verliehenen Heimtex-Stars, die Endkundenzeitschrift Wohnen & Mehr vom Südbund oder Produktprospekte. Dabei bleibt die Corporate Identity gewahrt.

Bilder sind besonders wichtig

Rolf Schrempp hat ferner die Erfahrung gemacht, dass die Bildersuche im Internet an Bedeutung gewinnt, auch aufgrund der einfachen Wischtechnik auf mobilen Endgeräten. So wurde die Webseite auch für die Darstellung auf Tablet und Smartphone optimiert. Die Fotos auf seiner Seite tragen eine aussagekräftige Bezeichnung, beispielsweise „Wandbespannung mit Stoff.jpg“. Das hilft ebenfalls dabei, gefunden zu werden, denn mit „4865.jpg“ kann keine Suchmaschine das Motiv einer Anfrage zuordnen. Sie braucht die richtigen Schlüsselwörter. „Ich beschrifte das Bild so, wie ich denke, dass die Leute danach suchen“, erklärt Schrempp. Auf dem Fotoportal Instagram erfolgt die Beschriftung mit Hashtag, etwa „#Wellenvorhang“.

Facebook nutzt Bieser als Kundenforum. Neben Bildern postet Rolf Schrempp immer wieder „Geschichten aus dem Alltag“, die durchaus einen persönlichen Touch haben. Einmal erzählt er unterhaltsam vom Schuhkauf, bei anderer Gelegenheit von einem besonderen Montage-termin: „In meinen nun 23 Berufsjahren wurde mir zum ersten Mal Capri-Sonne serviert. Richtig klasse!“

Dabei profitiert der Händler auch von Multiplikatoren - Freunde, die selbst viele Follower haben, sich auf Facebook lobend über Bieser äußern und ihre Meinung mit anderen teilen.

Für seine Aktivitäten im Netz investiert Rolf Schrempp nach eigener Schätzung etwa vier Stunden pro Woche. „Im Betrieb und im Tagesgeschäft ist das eine nicht zu vernachlässigende Größe.“ Aber es lohnt sich, wenn man auf die richtigen Maßnahmen setze. Von Google-Adwords hält er zum Beispiel nichts: „Das mag einem Händler in der Großstadt etwas bringen, der sich von einer viel höheren Zahl an Mitbewerbern absetzen muss. Aber für mich bringt das regional nichts in der Kundengewinnung.“

Auch bei der Printwerbung geht er gezielt vor. In der Lokalpresse hat Schrempp gute Erfahrungen gemacht mit auffälligen Doppelseiten im Rahmen eines Werbekollektivs, inklusive Firmenportrait. *pla*