

Ladengeschäft und Onlinehandel – zwei Konzepte, ein Unternehmen

21.09.2020, 14:28 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *Raiffeisen Handelsgenossenschaft BHG Dresden eG*

Presseagentur: *Dresdner Management und Service GmbH*



Motivierte Mitarbeiter in den Filialen als auch in den Onlineshops der RHG Dresden

In Zeiten von Glasfasernetzen, LTE und leider auch Corona ändert sich das Einkaufsverhalten der Kunden signifikant. Sicher war es auch einfach an der Zeit, den nächsten Schritt Richtung Zukunft zu gehen. Man darf sich als Unternehmer nicht darauf ausruhen, wenn die Dinge laufen. So ging es auch dem Baustoffhandel und Bau- & Gartenmärkten der RHG Dresden.

Trotz guter Umsatzzahlen und dem Ausbau neuer Filialen gab es schon seit 3 Jahren intensive Gedanken zum Aufbau einer eigenen Online-Handelsplattform. Wir erleben den Umschwung des Kundenverhaltens genauso wie andere Händler auch: Die Generation „Analog“, welche noch ohne Amazon, Netflix und Paypal aufwuchs, kommt in die Jahre und findet inzwischen auch immer mehr Gefallen daran, bequem von zu Hause aus zu bestellen. Wenn man ehrlich ist, ist es ja nicht nur die Bequemlichkeit, sondern einfach generell eine Erleichterung, Zeitersparnis und ein Mehr an Informationen, die das Internet bereithält. Man stelle sich nur einmal vor, wie viel Aktivität es z.B. erfordert, den benötigten Dünger für den Garten vor Ort einzukaufen. Man setzt sich ins Auto, fährt, läuft durch den Markt, sucht, schleppt... Es ist so viel einfacher, mit wenigen Klicks denselben Dünger zu bestellen und bis zur Haustür geliefert zu bekommen - wenn man denn weiß, was man will.

Wenn man weiß, was man will, kann es schnell gehen

Und doch beißt sich hier die Katze in den Schwanz, denn wo bleibt das Einkaufserlebnis? Die Beratung? Der Kontakt? Immer wieder erreichen uns Meldungen unserer Kunden, die begeistert sind, wenn Ihnen freundlich geholfen wurde, z.B. bei der Produktauswahl oder etwa die Einkäufe im Auto zu verstauen. Oder wenn man in einer Beratung mit dem Fachpersonal vor Ort angeregt über sein Projekt diskutieren kann und am Ende ganz genau weiß, was zu tun ist. Für uns war schnell klar, dass wir beide Einkaufswelten bieten müssen: Sowohl die analoge Welt mit persönlichen, individuellen Gesprächen und Angeboten zum Anfassen vor Ort als auch die digitale, schnelle Welt, die es erlaubt, in wenigen Sekunden einen Einkauf zu erledigen. Das sind zwei Konzepte, die sich in vielen Punkten deutlich voneinander unterscheiden, aber für ein Unternehmen gelten.

Mit Überraschungen rechnen

Dieser Spagat bot – trotz umsichtiger Vorbereitung – einiges an Überraschungen. Zum Beispiel die Gestaltung des Preisangebotes in den Filialen als auch im Onlineshop. Die Ladenpreise behielten wir bei, da sich unser Preismanagement dort seit Jahren erprobt und bewährt hat. Die Preise in unseren Onlineshops sind wesentlich günstiger. Denn dort ist der Kunde auf sich gestellt, es wird kein Personal benötigt um den Einkauf abzuschließen und es wird auch bisher nicht die ganze Palette an Produkten bedient, sondern lediglich ein Querschnitt von Artikeln, die stark frequentiert und/oder gut versendbar sind. Natürlich sind wir online preislich auch einer viel stärkeren Konkurrenz unterworfen. Wenn wir „mitspielen“ wollen, müssen wir uns anpassen. Dabei hat sich die RHG Dresden in ihrer Preispolitik nie als Billiganbieter verstanden.

Interessanter Weise kamen zur Einführung der Onlineshops die meisten Bedenken von unseren Mitarbeitern: Würde der Kunde überhaupt noch die Filialen besuchen? Passt das noch mit der Marge? Wie kann man die Fragen der Kunden beantworten? Wie klappt das mit dem Versand? Hier haben wir in offenen Gesprächen darauf reagiert und unsere Mitarbeiter Stück für Stück an das Thema herangeführt. Auch die frühzeitige Einbindung der Kollegen und Übertragung von Verantwortungen im Onlinebereich wirkte positiv. Was kann einem Unternehmen besseres widerfahren als dass sich seine Mitarbeiter Gedanken darum machen.

Von regional zu deutschlandweit

Ein weiteres, großes Thema war die Logistik. Wir haben im Baustoffhandel und auch im Gartenbereich einen bereits funktionierenden Fuhrpark, der die Ware auf Wunsch zu Kunden der Region liefert. Im Frühjahr 2020, als es wegen Corona zu deutlichen Einschränkungen für Händler kam, hat sich unser Lieferservice bewährt. Allerdings galt dieses Angebot bis dato nur regional. Mit dem Aufbau des Onlineshops mussten wir uns logistisch deutschlandweit aufstellen und das funktioniert nur in Kooperation mit erfahrenen Partnern wie z.B. dem DPD. Wir haben Wert darauf gelegt, einen Logistikpartner zu finden, der sowohl normale Sendungen als auch Paletten- & Stückgutlieferungen anbieten kann. So ist die Vorbereitung für den Versand für unsere Mitarbeiter einfach und transparenter. Fehlerquellen werden vermieden.

2 Shops – ein Ziel

Unser Onlineshop www.handwerker.shop ist seit Ende 2019 online und bedient hauptsächlich die Kundenanfragen hinsichtlich professionelle Tools und Werkzeuge. Dank unserer langjährigen Kooperationen mit Markenherstellern wie Dewalt und Makita und unsere Zugehörigkeit zum Verband der Eurobaustoff erhalten wir beste Konditionen, die wir gern an unsere Kunden weiter geben.

Unser jüngstes Prunkstück ist www.mein-baumarkt.de Online seit Mai 2020. Hier finden sich Produkte für Haus und Garten, aber auch Tierbedarf oder Baustoffe. Wir bedienen daneben auch Marktnischen wie das Keltern oder die Imkerei, was bei unseren Kunden gut ankommt. Daneben lassen wir uns immer wieder Aktionen einfallen, die attraktiv sind. Inzwischen haben wir Kunden aus der ganzen Republik. Derzeit planen wir, die Shops auszuweiten auf Österreich und die Schweiz.

Mit diesen beiden Onlineshops können wir den Nachfragen aus B2B und B2C gerecht werden und das alles neben unserem Ladengeschäft, welches seit über 20 Jahren in Sachsen läuft.

Portrait

Die RHG Dresden ist einer der umsatzstärksten Baumärkte und Baustoffhändler in der Region Dresden und der sächsischen Schweiz. Das Unternehmen bietet mit Veranstaltungen wie z.B. dem Handwerkerfrühstück seit über zehn Jahren seinen Kunden kompetente Beratung, Informationen und Service zu neuen und bewährten Produkten und Unterstützung bei deren Projekten für Tiefbau, Hochbau, Ausbau, Bauelemente, Holzhandel und Garten- und Landschaftsbau. Die Umsetzung und der Erfolg dieser Kompetenzen kann man unter anderem in vielen Bauprojekten in der Region sehen, z.B. dem Neubau des ehemaligen Kaufhaus Günther in Dresden als auch dem Elbradweg in Bad Schandau – um nur einige wenige Beispiele zu nennen.

Die RHG Dresden ist mit ihren derzeit fünf Filialen in Dresden, Pirna (2x), Stolpen und Rathmannsdorf ansässig. Weitere Informationen und Pressefotos sind auf Anfrage verfügbar.

News-ID: 1101222 • Views: 677 (Stand: 02.10.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/1101222/Ladengeschaeft-und-Onlinehandel-zwei-Konzepte-ein-Unternehmen.html>