



Foto-Fotos müssen noch gekauft werden

Egal, ob der Endkunde per Laptop, Tablet oder Smartphone auf die Website eines EMV-Händlers zugreifen möchte – ab sofort sind die Auftritte auf allen Endgeräten nutzbar. So lassen sich sowohl Firmeninfos als auch Produktdetails von unterwegs anschauen.

EMV: „Responsive Web Design“ realisiert

Mobil einsatzbereit

Da die Deutschen zunehmend auch von unterwegs auf das Internet zugreifen, wird es immer wichtiger, dass Websites auf jedem Gerät optimal dargestellt werden. Deshalb hat der Europa Möbel-Verband jetzt alle Auftritte auf das „Responsive Web Design“ umgestellt.

Mittlerweile ist das Internet aus unserem Alltag nicht mehr wegzudenken. 44,5 Millionen Deutsche verwenden es laut aktueller ARD-ZDF-Onlinestudie täglich. Gleichzeitig hat auch die Unterwegsnutzung zugenommen: 30,7 Millionen Verbraucher griffen 2015 mobil auf Netzinhalte zu – das sind 3,2 Millionen mehr als im Vorjahr.

Zum Einsatz kommen dabei völlig unterschiedliche Geräte, die auch in ihren Abmessungen stark variieren – vom Laptop, der meist über einen eher großen Monitor verfügt, bis zum Smartphone mit seinem deutlich kleineren Bildschirm. Das „Responsive Web Design“ garantiert, dass dieselbe Internetseite automatisch übersichtlich, nutzerfreundlich und optisch ansprechend dargestellt wird. Zudem ermöglicht es eine Nutzung sowohl per Maus als auch per Touchscreen.

„Wir verfolgen das Ziel, unseren Mitgliedern stets die neueste Technik zur Verfügung zu stellen. Deshalb haben wir Anfang Februar alle Auftritte auf das Responsive Web

Design umgestellt“, so Felix Doerr, Geschäftsführer des Europa Möbel-Verbandes (EMV). Hinter dem Team um Thorsten Godisch, Leiter Digital Business, liegen eine umfangreiche Entwicklungsphase sowie intensive interne Tests. Jetzt ist „myPOS“, das erfolgreiche E-Commerce-System des EMV, auch mobil optimal abrufbar.

Aktuell sind bereits 130 Websites von Mitgliedern mit „myPOS“ gestaltet. Der Webiste-Baukasten bietet dem Händler viel Flexibilität. Innerhalb eines einheitlichen Rahmens kann er seinen Auftritt individualisieren. Farbgebung und Menüführung beispielsweise sind frei wählbar. Zudem lassen sich unbegrenzt eigene redaktionelle Inhalte einstellen sowie die vom Verband vorbereiteten Artikel übernehmen und nach den eigenen Wünschen bearbeiten, erklärt Thorsten Godisch. „Gleichzeitig können unsere Mitglieder wählen, ob sie einen Onlineshop oder eine Artikel-Präsentation ohne Web-Verkauf integrieren möchten.“

Der Verband realisiert die laufende Pflege der Artikel. Viele be-

reits integrierte Produktvideos der EMV-Marken sorgen für die emotionale Verbraucheransprache. Das „Fact Finder Tool“ wiederum ermöglicht eine „intelligente Suche“. Das heißt, wenn der Endkunde zum Beispiel nach „Sofa“ sucht, werden ihm gleichzeitig „Couchartikel“ angezeigt – ein wichtiger Aspekt für die Nutzerfreundlichkeit.

Ebenfalls Teil des EMV-Services ist die kontinuierliche Anpassung des Systems an rechtliche Anforderungen sowie vielfältige Optionen zur regionalen Suchmaschinenoptimierung. Die Umsetzung des „Responsive Web Designs“ stellt hierbei einen wichtigen Schritt dar: „Seiten, deren Inhalte mobil abrufbar sind, bewerten Suchmaschinen wie Google als positiv. Damit wird die Website besser gefunden.“

Im nächsten Schritt plant das EMV-Team nun, das Layout der gesamten „myPOS“-Seite zu aktualisieren und noch zeitgemäßer zu gestalten. „Wir optimieren permanent“, unterstreicht Godisch.

SILJA CARSTENSEN



Im Rahmen des E-Commerce-Systems „myPOS“ sind bei allen Händler-Websites automatisch die Produktvideos der EMV-Marken integriert – zum Beispiel von „Global“ (ganz o.) und von „Contur“ (o.). Sie sorgen für eine emotionale Kundenansprache.

www.emverbund.de