



STILPUNKTE®

Presseinformation

## STILPUNKTE – ein crossmedialer Lifestyle-Guide

### Online-Handel vs. Offline-Handel?

Der Online-Handel wartet mit beachtlichen Zuwachsraten in den vergangenen Jahren auf: So beträgt der Umsatzanteil am gesamten deutschen Einzelhandelsumsatz in 2014 8,5 Prozent, das entspricht einem B2C-E-Commerce-Umsatz von 39 Milliarden Euro (HDE/GfK-Studie eCommerce – Juli 2015). Auch wenn die Zahlen im Online-Handel weiter steigen – mit einer Prognose einer Verdopplung des Umsatzes auf 15 Prozent bis 2025 – und selbst Lebensmittel, Blumen oder Drogerieartikel per Klick immer häufiger gekauft werden, so zeichnet sich doch ein Sättigungstendenz in den Warengruppen der ersten Stunden wie Büchern, Medien und Technik ab.

### Aus der Not eine Tugend machen

Dass die Zahlen den Einzelhandel erschrecken, ist verständlich, aber das gefürchtete Aus steht deswegen noch lange nicht vor der Türe. Wer auf das veränderte Einkaufsszenario mit innovativen Maßnahmen reagiert und flexibel und schnell auf die Kundenbedürfnisse eingeht, hat beste Chancen. Denn: Der Einzelhandel erfreut sich in Deutschland nach wie vor großer Beliebtheit. Rund drei Viertel der Konsumenten kaufen gerne bei inhabergeführten lokalen Händlern ein. So ist es in einer kürzlich erschienen Untersuchung des IFH **Institut für Handelsforschung GmbH**, Köln, in Zusammenarbeit mit dem Mittelstandsverbund zu lesen, die die Einstellung deutscher Verbraucher zum lokalen Fachhandel genauer unter die Lupe nahmen.

Die anspruchsvollen Konsumenten, die auf der Suche nach ausgesuchten Produkten sind, hegen zu Recht den Anspruch auf kompetente Beratung durch den Einzelhändler sowie der persönlichen Betreuung und Begutachtung der Produkte direkt im Fachgeschäft. Es käme wohl keiner auf die Idee, ein Designmöbel oder gar das Brautkleid oder den Ehering online zu bestellen. Das A und O ist jedoch, dass der Einzelhändler gefunden werden muss, und genau dabei ist STILPUNKTE der perfekte Partner.

### Das STILPUNKTE.DE-Konzept

Die Vision von Christian Löwendorf, dem Erfinder des innovativen STILPUNKTE-Konzeptes, ist die Bereitstellung eines crossmedialen Lifestyle-Guides, in dem Händler und Dienstleister, die keine eigenen Marketingexperten und Online-Spezialisten beschäftigen können, sich selbst und ihre Produkte darstellen. „Wir wollen das exklusive Schaufenster für Top-Artikel im Netz sein – und so gleichermaßen einen Mehrwert für anspruchsvolle Kunden auf der Suche nach exklusiven Produkten wie für distinguierte Dienstleister und Läden vor Ort als besonderen Repräsentationsrahmen bieten“, erklärt Marketingexperte Christian Löwendorf.



STILPUNKTE®

Das Konzept bietet über das Online-Portal STILPUNKTE.de, das Print-Magazin STILPUNKTE, einen monatlichen Newsletter und eine mobile App verschiedene Wege, um auf die eigenen, sofort verfügbaren Produkte vor Ort aufmerksam zu machen. Dabei ist dem stilbewussten Unternehmer Christian Löwendorf insbesondere eine schöne Aufmachung mit Funktionalität und Informationsgehalt wichtig. STILPUNKTE spricht Konsumenten an, die exklusive und besondere Produkte suchen und vor Ort finden wollen. Die Online-Plattform beruht auf den drei Säulen: beste Adressen vor Ort mit den besten Produkten und den besten Angeboten für die Kunden.

### **Individueller Product Guide**

Als besonderen Service bietet STILPUNKTE.de die Möglichkeit, einzelne Produkte über den Product Guide zu promoten. Für jedes Produkt wird eine Landing-Page konzipiert, die von Fotos über Produktinformationen bis zur Kontaktmöglichkeit und Google-Maps-Anzeige der Ladenadresse alles Wesentliche in ansprechendem Design darstellt. Ein Mehrwert für den suchenden Käufer sowie den Händler vor Ort.

### **Online-Handel = Offline-Handel**

So geht es heute nicht mehr darum, sich online nur als Händler zu präsentieren – es geht um die Verschmelzung von Online- und Offline-Vermarktungstools, denn dem Kunden ist es egal, wie er zum Ziel kommt, er möchte mit seinem Wunschobjekt glücklich nach Hause gehen. Dabei haben Händler vor Ort durchaus großes Potential durch ihre Beratungsstärke, die sofort verfügbare Ware und den individuellen Service. „In Zukunft wird es keinen Online- oder Offline-Handel mehr geben“, ist sich Christian Löwendorf, der Kopf hinter der STILPUNKTE-Idee, sicher: „Dann gibt es nur noch die besten Lösungswege für ein exklusives Käuferlebnis der Konsumenten!“