

BRANCHENGEFLÜSTER

Es soll Baumärkte geben, die der Meinung sind, auf Produkte bestimmter Hersteller verzichten zu können. Selbst dann, wenn es sich dabei um absolute **Top-Marken** handelt. Der Kunde wird im Zweifel vielleicht auch zur **Eigenmarke** greifen. Das kann gutgehen oder auch schief. Im Falle von **Hochdruckreinigern** zum Beispiel stellt der Kunde sich offenbar gern quer. Er will nun mal keinen Hochdruckreiniger kaufen, sondern das **Synonym** für Hochdruckreiniger. Also rudert der Baumarkt zurück und nimmt die Produkte wieder ins Programm. Dem betroffenen Hersteller hat das Ganze übrigens nicht geschadet. Er hat trotzdem massig Hochdruckreiniger verkauft, nur in anderen Baumärkten.

Apropos **Kärcher**: Der deutsche Weltmarktführer für Reinigungstechnik greift jetzt mit einem eigenen **Mäh-roboter** an. Das quietschgelbe Gefährt namens RLM 4 ist für 1.099,99 Euro im **Online-Shop** des Herstellers erhältlich. „Heimwerker Praxis“ hat den Roboter schon getestet und direkt in die „Oberklasse“ eingeordnet. Bei Amazon kostete er Anfang August 890,99 Euro. **Kundenbewertungen** gab es zu diesem Zeitpunkt noch keine.

Spannende Ankündigung von den **Fischerwerken**: Am 25. September lädt der Befestigungsspezialist Journalisten zur **Produktpräsentation** in Waldachtal ein: „Für die Baumarkt-

und DIY-Branche haben wir jetzt ein komplett neues Konzept und Sortiment entwickelt.“ Die Agenda der Presseveranstaltung ist überschrieben mit **„Ganz ohne Werkzeug“**. Mehr dazu schon bald in baumarktmanager und in unserem Newsletter.

„50.000 neue Mitarbeiter im Baumarkt“ hat die „Nordwest Zeitung“ einen Artikel in ihrer Online-Ausgabe überschrieben. Wie bitte? **50.000 Mitarbeiter** in einem Baumarkt? Das wäre ja selbst für die dickste Big Box ein **unvorstellbarer Luxus**. Tatsächlich kann auch der Hagebaumarkt im niedersächsischen **Westerstede**, um den es in dem Beitrag geht, nicht mit einem so phänomenalen Beratungsangebot aufwarten. Es gibt zwar 50.000 fleißige Helfer neuerdings, mit Kundenservice haben die allerdings nichts im Sinn. Sie fliegen nur auf **Blumen**: Am Rande des Parkplatzes wurde ein Bienenvolk angesiedelt. Marktleiter Michael Mewes möchte einen Beitrag zum Fortbestand der **Honigbiene** leisten, wie er der Zeitung erklärte.

So wie es derzeit aussieht, soll in einem Jahr der **Hela-Baumarkt** im Germersheimer Gewerbegebiet vergrößert und zu einer **Globus-Filiale** umgebaut werden. Es heißt, die Arbeiten daran hätten schon begonnen.

Einige Baumärkte kämpfen damit, **Produktdaten** für den E-Commer-

ce vernünftig aufzubereiten. Hinderlich ist dabei die **Größe des Sortiments**, wodurch sich der Aufwand der Aufbereitung von Produktdaten für die Baumärkte deutlich erhöht. Andererseits ist auch der Anspruch an die Qualität der Produktdaten in puncto **Korrektheit**, Vollständigkeit und Normierung enorm. Erschwert wird das Onboarding der Produktdaten angeblich durch die Lieferantenstruktur der Baumärkte: Es gibt Lieferanten, die die Notwendigkeit der Digitalisierung und **Professionalisierung** längst erkannt haben. So sind Unternehmen wie beispielsweise Bosch in der Lage, Produktdaten klassifiziert und strukturiert anzuliefern. Für andere „kleinere“ Lieferanten liegt genau hier die Herausforderung – dann werden **Excel-Tabellen** verschickt, die wiederum manuell in ein Zielsystem übertragen und inhaltlich optimiert werden müssen.

Algorithmen sind schon eine feine Sache. Mit ihrer Hilfe gelingt es Online-Händlern zum Beispiel, Preise an den Markt und verschiedene Kundenprofile anzupassen. Verboten ist das selbstverständlich nicht, **Verbraucherschützer** stehen allerdings nicht unbedingt auf **Dynamic Pricing**. Die selbsternannten „Marktwächter“ von der Verbraucherzentrale Brandenburg haben mehr als einen Monat lang 1.133 Produktpreise bei 16 Online-Händlern getestet. Ergebnis: 60 Prozent der Preise seien bis zu drei Mal innerhalb von 34 Tagen verändert worden, 40 Prozent in noch höherer Frequenz. Auch der **Obi-Onlineshop** war im Test: Er wechselte laut der Untersuchung nahezu täglich Preise für einige Artikel.

Gartenarbeit geiler als Sex

Wie gut oder wie schlecht der Sex ist, hängt von verschiedenen Faktoren ab. Liebe und Zuneigung zählen viele Menschen zu den ausschlaggebenden Faktoren, für andere steht die Attraktivität des Gegenübers an erster Stelle. Wieder andere mögen überhaupt nicht über das Thema reden oder haben schon lange damit abgeschlossen. Außerdem gibt es Leute, die andere Tätigkeiten als deutlich lustvoller empfinden. Fredi Bobic zum Beispiel: „Tore schießen ist besser als ein Orgasmus, weil da die Freude überall rauskommt“, hat der Ex-Nationalstürmer mal erklärt. Auch Beschäftigungen im Garten zieht mancher offenbar vor: Gartenarbeit sei besser Sex, sagen 41 Prozent der Deutschen. Jedenfalls jene 41 Prozent, die Fiskars im Rahmen seiner „Gartenstudie 2018“ danach gefragt hat.

Kontakt zur Redaktion

Telefon: 0221 5497-299

E-Mail: red.baumarktmanager@rm-handelsmedien.de

www.facebook.com/baumarktmanager