

In der „Newsliste“ finden sich SCHÄCKE Internes, Produktneuheiten aus der Konsumgüter-„Welt“ ebenso wie Berichte aus der Installationstechnik



Shoppern – Lesen – Filme schauen – Neuheiten entdecken ...

Wer denkt, dass wir hier über private Vorlieben berichten, der irrt. Was nach einer Auflistung von Hobbys und Freizeitbeschäftigungen aussieht, ist viel mehr ein Auszug – wenn auch nur ein sehr kleiner – der zahlreichen Möglichkeiten, die der Elektro-Großhändler SCHÄCKE mit seinem neuen web-shop anbietet.

Wie wir bereits in der vorigen punktUM-Ausgabe berichtet haben, hat SCHÄCKE im Juni seine neue Einkaufsplattform, die im Internet unter <http://online.schaecke.at> zu erreichen ist, vorgestellt. Auf aktuelle Nachfrage bei den SCHÄCKE-Verantwortlichen erfuhren wir nun, dass dieses Servicetool zwischenzeitlich eine sehr hohe Kundenakzeptanz hat und die Anzahl der User bereits die 4.000er-Marke überschritten hat. Ein Ergebnis, das bei SCHÄCKE für sehr große Freude sorgt (hatte man sich doch selbst zu diesem Zeitpunkt eine wesentlich geringere Anzahl von Usern erwartet) und das die punktUM-Redaktion veranlasst hat, noch einen, etwas genaueren Blick, auf die „8. SCHÄCKE-Niederlassung“ zu werfen.

Man muss nicht lange suchen, um zu aktuellen Informationen zu kommen. Dem Inhalt entsprechend, trägt der zuständige Menüpunkt auch gleich den richtigen Namen „Aktuelles“ und findet sich an prominenter 2. Stelle der Navigationsleiste. Im Drop-Down-Menü werden dann die für die Elektro-Installationstechniker essentiellen „Metallzuschlag“-Informationen angeboten. In der darunterliegenden „News-

Der neue web-shop von SCHÄCKE: Ein riesiges Informations- und Kommunikationsangebot, das auch zunehmend SCHÄCKE-Mitarbeiter selbst zum Surfen im Internet bringt



liste“ finden sich kurz und übersichtlich aufgelistet Beiträge aus verschiedensten Bereichen: SCHÄCKE Internes, Produktneuheiten aus der Konsumgüter-„Welt“ ebenso wie Berichte aus der Installationstechnik. Unter „Termine“ listet SCHÄCKE auf Niederlassungsebene die jeweils aktuellen Veranstaltungen, Schulungen und Events auf. Wobei die hier angebotene Menge und Vielfalt der Veranstaltungen positiv verwundert und überrascht. Unter „Presse“ ist die mediale Präsenz von SCHÄCKE zusammengefasst und aufgelistet. Der letzte Punkt „Teuerungen“ erklärt sich selbst und wurde, wie Günther Bozic, bei SCHÄCKE u.a. für die Belange des neuen

web-shops verantwortlich, konstatiert gerade in den letzten Wochen sehr häufig angeklickt. Eine Tatsache, die angesichts der aktuellen Teuerungen, z.B. im Leuchtmittelsektor, nicht verwundert.

Einen weiteren interessanten Menüpunkt haben die SCHÄCKE-Verantwortlichen mit „Kundenservices“ bezeichnet. Auch hier verspricht der Name nicht zuviel ... Aus den zahlreichen Informationen ist zweifelsohne der zwar unpopuläre, jedoch umso wichtigere Punkt „Produkttrückrufaktion“ zu erwähnen, der gewerbliche Kunden, aber auch private Konsumenten vor Unheil schützen kann und soll. Daher steht dieser Menüpunkt – im Gegensatz zu

Der Menüpunkt „Produkttrückrufaktion“ steht allen Internet-Usern zur Verfügung



anderen, die nur eingeloggten Kunden zur Verfügung gestellt werden – allgemein allen Internet-Usern zur Verfügung.

Ein bekanntes Sprichwort erklärt, dass ein Film mehr als 1.000 Worte sagt, und auch das lässt sich auf der SCHÄCKE-Plattform überprüfen. Im Menü „Über uns“ findet sich dazu der Bereich „SCHÄCKE TV“. Hier werden wirklich sehr anschaulich und informell verschiedenste Produktneuheiten vorgestellt.

Neben Filmen die SCHÄCKEs Lieferpartner zur Verfügung gestellt haben, gibt es auch zwei von SCHÄCKE selbst gedrehte Videos. Und, soviel darf verraten werden, die Dreharbeiten zum dritten SCHÄCKE-eigenen Film sind gerade am Laufen ...

Betrachtet man die Informationsvielfalt, die SCHÄCKE mit seinem web-shop anbietet, wird klar, warum die Kundenakzeptanz und die Anzahl der User bereits so hoch sind. Auch nähert sich SCHÄCKE, wie man konstatiert, mit dieser Plattform dem selbsterklärten Ziel, „Der Google der Elektrotechnik“ werden zu wollen, mit großen Schritten. Und so wird auch verständlich, warum – was in diesem Fall von den SCHÄCKE-Verantwortlichen durchaus gewünscht ist – zunehmend eigene Mitarbeiter beim Surfen im Internet „erwischt“ werden.

Weitere Informationen können bei der SCHÄCKE Elektrogroßhandels-gesellschaft m.b.H. (Tel.: 01/680 22-0, Fax: 01/680 22-243) eingeholt werden. ●

„SCHÄCKE TV“ stellt anschaulich und informell verschiedenste Produktneuheiten vor

