

## ***Mobile first* bei galeria-kaufhof.de**

### **Technologie-Kompetenz für Multichannel-Handel weiter ausgebaut**

Köln, 18. Mai 2015 – Die GALERIA Kaufhof GmbH baut ihre Multichannel-Fähigkeiten konsequent aus. Das Unternehmen hat in den vergangenen zwölf Monaten die eigene Technologie-Kompetenz verstärkt und die Online-Plattform *galeria-kaufhof.de* mittels agiler Entwicklung in Eigenleistung deutlich modernisiert. Das Unternehmen ist zukünftig in der Lage, den Online-Shop unter Berücksichtigung von Kundenwünschen schneller und tagesaktuell anzupassen.

Im Zeitraum von nur einem Jahr hat der E-Commerce-Bereich mit über 30 neu eingestellten Entwicklern und Online-Experten die moderne, hoch leistungsfähige Onlineshop-Plattform *galeria-kaufhof.de* aufgestellt. Der runderneuerte Online-Shop ist seit wenigen Tagen für alle Kunden live. Etwa ein Drittel der Zugriffe auf *galeria-kaufhof.de* erfolgen inzwischen schon über mobile Endgeräte, wie zum Beispiel Smartphones oder Tablets. Deshalb galt der Grundsatz ‚mobile first‘. „Hier haben wir in Bezug auf das responsive Design - also die Darstellung und Funktionalität des Shops auf allen Geräten - einen echten Qualitätssprung gemacht“, betont Nina Ehrenberg, Leitung E-Commerce und Product-Management. „Wir haben ein schnelles und kundenfreundliches Produkt auf die Beine gestellt.“

Nicht nur die Online-Kunden, sondern auch die mehr als 100 Warenhaus-Filialen werden von dem neuen Webauftritt profitieren – ganz im Sinne des Multichannel-Retailing. „Viele mobile Nutzer erkundigen sich unterwegs zum Beispiel über den Filial-Bestand gewünschter Artikel“, so Ehrenberg. Das geht jetzt viel schneller und komfortabler - ebenso wie die Suche im Onlineshop, die zudem eine viel höhere Treffsicherheit bietet. Die Kunden können sich über größere Bilder, eine leichtere Nutzerführung und einen verkürzten Check-Out-Prozess freuen. Noch in diesem Jahr sollen weitere Anwendungen folgen.

„Die hoch leistungsfähige Plattform bietet die technologische Basis für ein stark wachsendes Online-Geschäft und für die nachhaltige Positionierung von Galeria Kaufhof als Multichannel-Warenhaus“, unterstreicht Klaus Hellmich, Geschäftsführer Multichannel-Retailing. Der Ende 2011 gestartete Online-Shop ist weiter auf dynamischem Wachstumskurs und entwickelt sich besser als der Markt. Aktuell verfügt der Onlineshop schon über mehr als 200.000 Einzelartikel. Mittelfristig will das Unternehmen zehn Prozent seines Umsatzes im Online-Geschäft erwirtschaften.

Bereits 2014 hatte die GALERIA Kaufhof GmbH wichtige Weichenstellungen auf dem Weg zu einem führenden Multichannel-Händler vorgenommen. So wickelt das Unternehmen die Logistik der Online-Bestellungen eigenständig ab. Ebenso ist mit der Einführung von bundesweit insgesamt rund 1.100 Tablets in den Warenhäusern ein wichtiger Schritt in Richtung Verzahnung von Filial- und Online-Geschäft erfolgt. „Wir haben jetzt die Möglichkeit, sehr schnell auf Bedürfnisse und Interessen von Kunden reagieren zu können. Die individuelle, agile Softwareentwicklung wird künftig eine unserer Kernkompetenzen sein, um auf dem Gebiet von MCR-Entwicklungen und Services für die Kunden Vorreiter im Markt zu werden“, erläutert Nina Ehrenberg.

Die zur METRO GROUP gehörende GALERIA Kaufhof GmbH mit Sitz in Köln ist europaweit eines der führenden Warenhausunternehmen. Mit seinem innovativen und erfolgreichen Galeria-Konzept präsentiert das Unternehmen moderne Shopping- und Erlebniswelten. Die GALERIA Kaufhof GmbH betreibt aktuell in Deutschland 104 Warenhäuser und 16 Sporthäuser sowie 16 Warenhäuser in Belgien. Im Geschäftsjahr 2013/14 erzielte das Unternehmen mit rund 21.500 Mitarbeitern einen Umsatz von 3,1 Milliarden Euro netto.  
Online: [galeria-kaufhof.de](http://galeria-kaufhof.de)

Ansprechpartner:

Gerd Koslowski, Leitung Unternehmenskommunikation  
Tel.: 0221/223-5595, [presse@kaufhof.de](mailto:presse@kaufhof.de)