

# HOCHEDEL

DEUTSCH / ENGLISH

SWISS MAGAZINE FOR INTERNATIONAL  
PREMIUM LIFESTYLE AND DESIGN



Text Karin Hänni Fotos Indigo

## Webrevolution

Von der Anzeige im Hochglanzmagazin direkt zum zukünftigen Lieblingsstück: gaxsys macht es möglich und revolutioniert mit einer ausgeklügelten IT-Logistik die Welt des Onlineshoppings. Marke und lokaler Handel gehen Hand in Hand, stellen dem Endverbraucher ihre Produkte sicher und bequem auf einen Klick zur Verfügung und tun dabei auch der Umwelt Gutes. Willkommen im neuen Einkaufszeitalter!

From an ad in a glossy magazine straight to a prized possession: gaxsys makes it possible, and is using ingenious IT logistics to revolutionise the world of online shopping. Brands and local retailers go hand in hand, providing end consumers with a safe and convenient way to get products at a single click of the mouse, while at the same time doing something good for the environment. Welcome to the new age of shopping!

ZBÄREN  
SWISS KITCHEN MANUFACTURE



GEBRÜDER SCHAFFRATH  
DIAMANTENMANUFAKTUR

HOCHEDEL PARTNERSHIP WITH LEADING BRANDS

H

CHF 25 | € 16

NO 15 | SOMMER 2010 | HOCHEDEL.CH



Web Revolution HOCHEDEL 063

Wer hin und wieder in Hochglanzmagazinen blättert, kennt die Malaise: Man entdeckt Schuhe, Uhren, Sportaccessoires und andere schöne Dinge, die man am liebsten sofort haben möchte, begibt sich zur Spurensuche ins World Wide Web und stellt alsbald ernüchtert fest, dass hier nicht viel zu holen ist. Kunstvoll inszenierte Produktbilder und die Adresse des Fachhändlers in der Nähe sind in den meisten Fällen alles, was online einsehbar ist. Zu ausgeprägt der Respekt vieler Hersteller vor dem Aufwand eines eigenen Onlinevertriebes, zu gross zudem die Gefahr, den lokalen Handel damit zu verärgern. Dass diesem Dilemma abgeholfen werden kann, davon waren die Verantwortlichen von gaxsys, einem in Deutschland beheimateten Unternehmen, überzeugt, und so machten sie sich auf, ein System zu entwickeln, das die Bedürfnisse von Marke, Handel und Endverbrauchern unter einen Hut bringt, mehr noch: die Ansprüche bei

weitem übertrifft und ein neues Onlineshoppingzeitalter einläutet. gaxcode lautet das Zauberwort, ein Code also, der einen «global article exchange» ermöglichen soll. Das System auf Basis einer Onlinebörse ist so simpel wie smart: gaxsys versieht die jeweiligen Produkte mit einem Code und verlinkt diesen direkt mit der Website der Marke. Verschiebt der Kunde das gewünschte Teil in den Warenkorb, wird die Bestellung an jene autorisierten Fachhändler weitergeleitet, die der Kundenadresse am nächsten sind. Hat einer davon das Produkt an Lager, sichert er sich den Auftrag mit einem einzigen Klick, druckt den automatisch generierten Lieferschein aus, verpackt die Ware in die gaxcode-Verpackung und wartet, bis der systemseitige avisierte Kurierdienst das Paket abholt. Ist das Produkt bei keinem lokalen Fachhändler vorrätig, wird der Kreis sukzessive ausgeweitet, bis die Bestellung in letzter Instanz direkt an den Hersteller geht.



Anyone who occasionally flips through a glossy magazine understands the malaise: one discovers shoes, watches, sport accessories and other nice things they'd love to have right away, and sets off searching for them on the World Wide Web, only to all too quickly come to the sobering realization that there's not much to be found out there. In most cases, artistically displayed product images and the address of the closest retailer are all that is visible online. The respect many manufacturers have of the effort involved in running their own online shop is all too clear, and the risk of disgruntling local retailers is too great. The creators of gaxsys, a company headquartered in Germany, were convinced that this dilemma could be resolved and set out to develop a system that unites the needs of brands, retailers and consumers. And there's more: they wanted to create something which would far exceed

all expectations and herald in a new era of online shopping. The magic word is gaxcode, a code that will enable the global exchange of goods. The system, based on an online marketplace, is as simple as it is clever: gaxsys assigns a code to products and links them directly to the brands' websites. When a customer places an item he wants into the shopping basket, the order is passed on to authorised retailers closest to the customer. If one of the retailers has the product in stock, he secures the order with a single click, prints out the automatically generated delivery slip, packs the item in gaxcode packaging and waits until the system's chosen courier service picks the package up. If none of the local retailers have the product available, the circle is successively expanded until, as a final resort, the order is sent directly to the manufacturer.

# Markenprodukte einfach, bequem und sicher online kaufen



In echt sieht Einkaufen mit gaxcode in etwa so aus: Chantal, übermorgen zum Sommerwochenendtrip verabredet, entdeckt auf einer Anzeige von Indigo den Trolley ihrer Träume. Daneben findet sie den Code «IN-5011» sowie den Verweis auf gaxcode.com. Sie gibt den Code auf besagter Website ein und landet bereits Sekunden später auf der Indigo-Website, bei Bild und Detailinformationen des von ihr favorisierten Koffers, löst die Bestellung aus und erhält nur wenige Stunden später Besuch vom Kurier, der ihr ihren neuen Reisebegleiter direkt vor die Haustüre liefert. Eine schöne neue Einkaufswelt, die Marke, Handel und Endverbraucher gleichermaßen glücklich macht. Der Endverbraucher kann einfach, schnell, sicher, fair und ressourcenschonend einkaufen, die Marke tätigt E-Commerce Hand in Hand mit dem Handel, steigert ihren Umsatz ohne Zusatzaufwand, erreicht maximale Warenverfügbarkeit und erhält zudem ein effizientes Marketinginstrument – für das gleiche Produkt können für jedes Medium separate Codes festgelegt und so die genauen Rücklaufwerte eruiert werden –, der Fachhandel kann nachhaltig und ohne eigenen Webshop vom wachsenden Onlinegeschäft pro-

fitieren, erhöht durch die Zusatzverkäufe seine Flächenrentabilität und gleicht die frequenzschwachen Geschäftszeiten vor Ort mit frequenzstarken Zeiten im Onlinehandel aus. Alle drei Beteiligten profitieren überdies vom sich aus dem geschlossenen System ergebenden Fälschungsschutz und verringern ihren ökologischen Fussabdruck. Mit der Berücksichtigung des jeweils nächstgelegenen Fachhändlers werden die Transportwege so kurz wie möglich gehalten, Pilotversuche mit Velokurieren weisen den Weg in die angestrebte Zukunft. Bemühungen, die E-Commerce zu «ECO:mmerce» werden lassen und die intelligente Nutzung der vorhandenen, regionalen Strukturen im E-Commerce als die nachhaltigste aller Lösungen etablieren wollen. Bemühungen zudem, die ihren Niederschlag bald auch bei HOCHDEL finden werden: Für das vierte Quartal 2010 ist im Rahmen einer im Luxusbereich geltenden Exklusiv-Magazinspartnerschaft mit gaxsys die Lancierung innovativer Einkaufswelten auf der Website des Magazins geplant. Auf dass klassische und neue Medien zugunsten des Konsumenten zukünftig vermehrt ihr gemeinsames Potential ausschöpfen.



In practice, shopping with gaxcode looks something like the following: Chantal, who in two days is leaving on a summer weekend break, discovers the suitcase of her dreams in an Indigo ad. Next to it, she sees the code «IN-5011» as well as a reference to gaxcode.com. She enters the code on the website and, seconds later, lands at the Indigo website, where a picture and detailed information of her must-have suitcase helps her place the order. A few short hours later she receives a visit from a courier delivering her new travel companion directly to her doorstep. It's a brave new world of shopping that makes the brands, retailers and consumers all equally happy, and which turns shopping into a simple, fast, safe, fair, and resource-efficient experience. Brands engage in e-commerce hand in hand with retail, increase their sales without additional effort, achieve maximum inventory availability and also obtain an efficient marketing instrument. Separate codes can be created for the same product in different mediums in order to determine exact returns. Retail stores profit

from increased, long-term online sales without having to create their own webshops; they increase the cost-effectiveness of their premises through additional sales, plus they offset low-frequency in-store business hours with high-frequency online hours. All three participants additionally benefit from the fraud protection offered by the closed system as well as reduced carbon footprints. Taking the closest retailer into account keeps transport distances as short as possible, while pilot tests with bike couriers point the way into an ideal future. Such are the efforts to turn e-commerce into «ECO:mmerce» and establish an intelligent use of existing, regional structures as the most sustainable of all solutions; efforts that will soon also become part of HOCHDEL: The launch of an innovative shopping world for the luxury sector on the magazine's website is planned as part of an exclusive magazine partnership with gaxsys in the fourth quarter of 2010. Here's to a future in which traditional and new media exploit their full joint potentials for the benefit of consumers.

Kontakt | Contact

gaxsys GmbH | D-76149 Karlsruhe | www.gaxsys.com