

# Gaumenfreuden als Verkaufshit?

## Interview mit gourvita.com

✘ Die Mehrheit der Online-Shops sind Händler - es gibt aber auch Shopbetreiber, die eine Vielzahl der Produkte selbst herstellen. Ein solcher Anbieter ist unser heutiger Interview-Partner **gourvita.com**. GOURVITA zählt als Unternehmen der Firmengruppe J.J. Darboven zu Deutschlands bekanntesten Genusswarenverbund. Bereits seit 1866 richtet man sich an Genießer aus ganz Europa und bietet über 2.500 Produkte an. Was macht aber den Online-Shop aus? Fragen an den geschäftsführender Gesellschafter Markus Kern.

### **Was ist die Idee Ihres Shops?**

Im Shop finden sich Kaffee, Tee, Schokolade und andere Gaumenfreuden in außerordentlich guter Qualität. Viele Artikel werden bei uns sogar exklusiv angeboten. Zum Beispiel von Coffee-Nation: reine Plantagenkaffees und Espressi aus aller Welt. Oder EILLES Tee, eine der führenden Teemarken der 5 Sterne Gastronomie.

### **Welches Shopsystem nutzen Sie?**

xanario shop in einer speziellen eigenen Weiterentwicklung.

### **Haben Sie das System selbst programmiert bzw. angepasst?**

Teils inhouse und teils mit Agentur.

### **Welche Zahlungssysteme bieten Sie an?**

Für Neukunden gibt es Vorkasse, Nachnahme und Kreditkarte, für Bestandskunden zusätzlich Lastschrift und Rechnung. Die Einführung von Paypal ist in Planung.



### **Was tun Sie, um das Vertrauen Ihrer Kunden zu gewinnen?**

Wir bieten eine persönliche Hotline, eigene Qualitätssicherungsmaßnahmen und haben mit J.J. Darboven einen der führenden Anbieter als Gesellschafter "im Rücken".

### **Gibt es technische Besonderheiten, auf die Sie stolz sind?**

Unser einzigartiges Design nutzt "Windowshopping" statt einfache tabellarische Designs. Ständige Themenwelten und ein grosser Infobereich runden die Seite ab.

### **Spielt eBay eine Rolle für Sie?**

Eher weniger wichtig, da hier der Preis wichtiger ist, als die nachhaltige Qualität. Zudem kann ein Käufer schwer das traditionelle Versandunternehmen vom Mini-Shop unterscheiden und damit die Seriösität bewerten. Ein eigenes Design als Markenfaktor wird in den Hintergrund gedrängt.

### **Haben Sie auch einen "Offline-Shop"?**

Nein, wir sind ein reiner Online-Shop.

### **Seit wann gibt es Ihren Online-Shop?**

1998

### **Betreiben Sie den Shop haupt- oder nebenberuflich?**

Hauptberuflich mit 10 Mitarbeitern

### **Wieviele Besucher verzeichnen Sie im Monat?**

60.000 bis 100.000

### **Wie bekommen Sie neue Besucher in den Shop?**

Über "klassische Werbung", Kooperationen und organisches Suchmaschinen-Marketing.

### **Bieten Sie etwas an, was die Konkurrenz nicht bietet?**

Mit 2500 Artikeln haben wir eines der umfangreichsten Genuss-Sortimente überhaupt, abgerundet durch unsere Free-Services wie Online-Lesematerial zum Thema, Downloads oder Spiele.

**Gab es Dinge, die nicht so geklappt haben, wie geplant?**

Der Grosshandel, da Wiederverkäufer schnell in preis- statt Qualitätsdiskussionen verfallen. Dennoch haben wir eine immer größerer werdende Anzahl von "guten" Partnern gewinnen können, die in der Lage sind, Premium-Qualität zu erklären und zu veräußern.

**Gab es Dinge, die eine unerwartete positive Dynamik entwickelt haben?**

Es hat sich schneller herum gesprochen, das bei GOURVITA Besonderheiten verkauft werden, als wir dachten. Wir haben mittlerweile einen zweistelligem Jahreszuwachs.

**Haben Sie Tipps für andere Shopbetreiber?**

Ja, lange durchhalten und in der Lage zu sein, z.B. in Werbung zu investieren.

**In welchem Shop kaufen Sie persönlich am liebsten ein?**

Das ist vielfältig. Ich kaufe immer online ein, wenn es geht. Wieso? Ich finde die schriftlichen Produkterklärung grundsätzlich besser, da sie ausführlicher und frei von persönlichen Meinungen der Verkäufer sind.

**Für alle, die sich ein Bild vom Shop machen wollen, hier die URL:**

**<http://www.gourvita.com/>**