

Kann man Schmuck online verkaufen?

Interview mit juwelon.de

✘ Der Verkauf hochwertiger Produkte über das Internet stellt ganz besondere Herausforderungen an den Shopbetreiber und sein Angebot. Vertrauen, Darstellung der Produkte, sichere Zahlungsarten und perfekte Logistik sind nur ein Teil der Anforderungen. Stephan Hungeling vom Online-Shop juwelon.de spricht mit uns über die Herausforderungen beim Online-Schmuckverkauf.

Was ist die Idee Ihres Shop?

✘ Unser Shop ist ein Juwelier im Internet. Da wir auch in der "realen Welt" Juwelierhäuser betreiben, kann sich der Nutzer sicher sein, Top-Qualität zu erwerben. Wir leisten auf Wunsch zudem alle Serviceleistungen eines Juweliers. Besonders interessant ist unser Diamantschmuckkonfigurator. Hier hat der Kunde die Möglichkeit, sich sein Schmuckstück im Stil eines Baukastensystems selbst zusammenzustellen. Er kann bei Material, Design und Steinbesatz unterschiedliche Varianten wählen. Dem Kunden bietet sich so eine Vielzahl von Möglichkeiten. Alle Schmuckstücke werden den individuellen Größen der Kunden angepasst. Gerade im Bereich der Ringe ist dies ein Service, den unsere Kunden sehr zu schätzen wissen.



Welches Shopsystem nutzen Sie?

Wir nutzen ein individuell auf uns abgestimmtes Shopsystem der Firma E-Matters auf Basis von OS-Commerce.

Welche Zahlungssysteme bieten Sie jetzt an?

Wir bieten die gängigen Kreditkarten (Mastercard, VISA AmEx), Nachnahmelieferung, Vorkasse und Lastschrift an. Wir überlegen seit längerem, auch PayPal hinzuzunehmen. Allerdings fragen unsere Kunden so gut wie nie danach, weshalb wir bisher darauf verzichten.

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

Shopseitig bieten wir dem Kunden eine Telefonhotline, das Trusted Shops Siegel samt Geld-zurück-Garantie, sichere Zahlungsmodalitäten, und natürlich den Verweis auf unsere Juwelierhäuser in der "realen Welt". Produktseitig liefern wir zu allen Bestellungen ein Zertifikat/Expertise mit Foto, alle Schmuckstücke sind gestempelt und wir verwenden ausschließlich geläufige Begriffe der Schmuckindustrie (wir wollen nicht durch Begriffe wie "Diamonique" oder "Diamont" Qualität suggerieren, die keine ist!).

Gibt es technische Besonderheiten, auf die Sie stolz sind?

Der Schmuckkonfigurator ist sicherlich technisch anspruchsvoll. Für jede Produktvariation errechnet der Shop automatisch die Preise. Zudem sind wir auch auf die Backendlösungen sehr stolz. In der automatisch generierten Bestellbestätigung ist nicht nur eine Rechnung als PDF, sondern auch ein automatisch generiertes Zertifikat für das Schmuckstück.



Spielt eBay eine Rolle für Sie?

Bisher engagieren wir uns kaum auf eBay. Wir überlegen aber diesen Kanal in Zukunft stärker zu nutzen.

Haben Sie auch einen "Offline-Shop"?

Ja, wir führen mehrere Juwelier-Geschäfte. Die Organisationen sind aber getrennt, es gibt kein Zusammenspiel im engeren Sinne.

Seit wann gibt es Ihren Online-Shop?

Seit ungefähr 2 Jahren.

Betreiben Sie den Shop haupt- oder nebenberuflich?

Nebenberuflich.

Wie bekommen Sie neue Besucher in den Shop?

Wir betreiben intensives Online-Marketing (AdWords, Affiliate Programm). Zudem werden wir in naher Zukunft zusätzlich Radiowerbung schalten.

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

Das größte Problem bei Schmuck sind die Abbildungen. Sie müssen möglichst genau sein, denn der Kunde will wissen, was er da kauft. Es kommt also weniger auf die künstlerische Begabung des Fotografen an. Im Gegenzug dürfen die Bilddateien aber nicht zu umfangreich sein, damit ein zügiger Aufbau der Seite nicht gefährdet wird. Dieser Spagat war für uns zu Beginn nicht ganz einfach. Ich denke, dass wir dieses Problem heute besser lösen als unsere Mitbewerber.

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

Wir sind sehr positiv überrascht von unseren hohen Stückzahlen im hochwertigen Brillantschmuckbereich. Wir waren zu Beginn davon ausgegangen, dass gerade der hochwertige Schmuckbereich im Internet schwierig sein könnte.

Haben Sie Tipps für andere Shopbetreiber?

Ich habe das Gefühl, dass viele Shopbetreiber noch zu wenig Aufwand in die Abbildungen ihrer Produkte investieren. Natürlich weiß ich, dass professionelle Bilder Geld kosten, sie fördern aber auch ungemein den Umsatz. Oder würden Sie etwas im Internet kaufen, das Sie gar nicht richtig erkennen können?

Wohin entwickelt sich Ihr Shop? Was sind Ihre Pläne?

In Zukunft werden wir verstärkt auf Konfiguratorlösungen setzen, um unseren Kunden möglichst viele Produktvarianten zu bieten, aus denen sie sich ihren Favoriten selbst zusammenstellen können. Zudem planen wir verschiedene Schmuckmarken in unser Portfolio aufzunehmen.

Wo informieren Sie sich zum Thema Online-Shopping?

Neben dem shopbetreiber-blog informiere ich mich vor allem in Gesprächen mit Gleichgesinnten. Dies ist auch ein weiterer Tipp für andere Shopbetreiber. Ich glaube, dass es wichtig ist, einen verbalen Sparringspartner zu haben, mit dem man sich über die Geschehnisse in der Online-Welt austauschen kann.

Wohin surfen Sie persönlich am liebsten?

Ich surfe viel auf den Internetseiten der großen Zeitungen und Magazine (spiegel.de, stern.de, bild.de etc.) und auf Wikipedia. Bei abebooks.de stöbere ich gern nach alten Büchern.

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

www.juwelon.de