

fahrrad.de ist Shop des Jahres - Verbindung von Community und Shopping

✘ Das bekannte Branchenmagazin „Der Versandhausberater“ hat im Rahmen des Deutschen Versandhandelskongreß in Wiesbaden den Zweiradversand „fahrrad.de“ der Internetstores GmbH als „Besten Onlineshop 2007“ in der Kategorie „Business-to-Consumer“ gekürt. Überreicht wurde der Preis an fahrrad.de-Geschäftsführer Rene Marius Köhler von Gerhard Delling, einem der bekanntesten ARD-Fußball-Kommentatoren.

Lesen Sie in der Begründung, was fahrrad.de aus der Masse an Shops heraushebt.



Über den Gewinner des „Onlineshop des Jahres 2007“ (Business-to-Consumer) fahrrad.de heißt es zur Begründung:

„fahrrad.de“ ist ein Musterbeispiel für die Verbindung von Community und Shopping. Wer mit dem klassischen Mail-Order-Blick auf „fahrrad.de“ schaut, könnte schlechtes Cross-Selling und fehlende Orderstarter (also keine günstigen Frequenz-Artikel auf der Startseite) bemängeln. Trotzdem ist „fahrrad.de“ überaus logisch und sehr einfach zu navigieren. Ein höchst erklärungsbedürftiges Produkt wird hier in breiter Range zu hohen Preisen sehr gut verkauft. Der Shop zeigt exemplarisch, dass man die fehlende „Emotionalität“ eines Kataloges durch punktgenau passende Eigenschaften mehr als ersetzen kann.

Auffällig sind unter anderem folgende gute Features: Direkte Beratung per Mausclick. Dazu eine telefonische Hotline, die offensiv ausgelobt wird, was man sich von manchem klassischen Versender-Shop wünschen würde. Die Bilder sind ein sehr starker Pluspunkt. Sie bieten exzellente Detailfotografie, was bei so hochpreisigen technischen Produkten auch ein Muss und ein echter Systemvorteil des Internet ist.

Besonders klug das Empfehlungsmarketing nach dem Motto: Drei positive Erfahrungen verkaufen mehr als drei emotionale Bilder. „fahrrad.de“ zeigt sich hiermit in der Anwendung von „user generated content“ führend. Die Community bietet eine Fülle von Fotos, Videos und Stories, so dass auch Nischen sich wiederfinden.

Zusammenfassung: Die Positionierung ist vorbildlich gelungen. Der Shop reizt seine Kategorie voll aus. Die neuen multimedialen Onlinetechniken wurden unaufdringlich und im richtigen Maß in den Shop integriert. Doch auch traditionelle Erfolgskriterien sprechen für „fahrrad.de“: Sogar kryptischste Suchworte führen bei Falschschreibung zu richtigem Ergebnis. Ein Glanzpunkt: die vorbildliche Community-Integration. Hier findet jeder sein besonderes Fahrrad-Thema, Kundenbindung garantiert. „fahrrad.de“ ist der lebendige Beweis dafür, dass es kein „für das Internet falsches Produkt“ gibt.

Wir sagen Herzlichen Glückwunsch zu diesem bedeutenden Preis und wünschen weiter gutes Gelingen bei der Einführungen von richtungsweisenden Innovationen im Shop!

Hier können Sie sich selbst ein Bild vom preisgekrönten Shop machen.