

Vom Kuriosum zum soliden Shop - Interview mit TV-Versandshop

✘ Was gab Ihnen den Impuls, einen Online-Shop zu eröffnen? Ein Beispiel lernen Sie in unserem heutigen Shopbetreiber-Interview kennen. Mit 25 erfindet Steve Hergert einen kuriosen Flitzer, den er mit 10.000 Euro Startkapital auf den Markt bringt. Der Elektro-Roller sorgt für tolle Verkaufszahlen und schon bald fasst Hergert den Plan zu expandieren. Er gründet einen Onlineshop - und steigert seinen Jahresumsatz auf acht Millionen Euro.

Lesen Sie die Geschichte seines Shops in unserem Interview mit Steve Hergert von TV-Versandshop.

Steve Hergert, was ist die Idee Ihres Shops?

Das Besondere an tv-versandshop.de ist der Mix aus kuriosen Trend- und Lifestyle-Artikeln und alltäglichen Produkten wie Fahrrädern, Möbeln und nützlichen Haushaltswaren. Mindestens ebenso außergewöhnlich sind aber auch das Preis-Leistungs-Verhältnis, das wir unseren Kunden bieten, und unser Service. Weiteres charakteristisches Merkmal von tv-versandshop.de: Unsere Produkte überzeugen durch Auffälligkeit sowie Raffinesse und setzen häufig neue Trends. Hier kommt mir nicht selten mein gutes Gespür für Zeitgeist und Moden zugute.

Welches Shopsystem nutzen Sie?

Wir greifen auf das Shopsystem „RedSys“ zurück und koppeln dies mit einer sehr guten Warenwirtschafts-Software. Durch diese Kombination sind wir in der Lage, Bestellungen vollautomatisch abzuwickeln sowie Lieferungen schnell und zuverlässig zu veranlassen. Außerdem können wir damit sehr zügig und einfach neue Datenkataloge auf unserer Seite einpflegen.

Haben Sie das System selbst programmiert?

Nein, diese technischen Aufgaben überlasse ich Spezialisten. Daher habe ich schon sehr früh einen Systemadministrator eingestellt und die Hilfe eines externen Dienstleisters in Anspruch genommen, der diesen Part für mich übernimmt und für den reibungslosen Ablauf von tv-versandshop.de sorgt. Mein eigenes Aufgabenspektrum konzentriert sich eher auf den kaufmännischen Bereich.



Welche Zahlungssysteme bieten Sie jetzt an?

Wir bieten für den Kauf unserer Produkte neben Vorkasse via Überweisung auch die Zahlung per Kreditkarte, Paypal und Barkasse beziehungsweise EC-Cash bei Selbstabholung an.

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

Meiner Ansicht nach kann man Vertrauen nur gewinnen, wenn man vertrauensvoll auftritt und handelt. Daher lege ich großen Wert auf die Pflege unseres Internet-Auftritts und die Qualität der Ware, um Reklamationen zu vermeiden. Insgesamt ist mir zuverlässiger Service sehr wichtig, weshalb ich meine Mitarbeiter immer wieder dahingehend anleite, Bestellungen und Anfragen von Kunden schnellstmöglich und zu deren größtmöglicher Zufriedenheit zu bearbeiten. Kommt es doch einmal zu Problemen, komme ich meinen Kunden großzügig entgegen und finde meistens eine Lösung, die beide Seiten zufriedenstellt.

Gibt es technische Besonderheiten, auf die Sie stolz sind?

Natürlich, sogar viele. Ganz besonders stolz bin ich aber darauf, dass wir in naher Zukunft die Möglichkeiten des Web 2.0. durch zusätzliche Informationsseiten noch besser nutzen können. So können wir demnächst in bestimmten Themen-Portalen direkt mit Kunden in Kontakt treten und uns mit ihnen austauschen. Davon erhoffen wir uns in erster Linie mehr Feedback und Anregungen von Kunden, um die Qualität unseres Services noch weiter zu verbessern und so zur Kundenbindung beizutragen.

Spielt eBay eine Rolle für Sie?

eBay war gerade in der Anfangszeit der Motor von tv-versandshop.de. Als die Bekanntheit der Webseite selbst noch nicht so hoch war, wurde ein Großteil der Bestellungen über eBay abgewickelt. Auch heute gehen noch einige Bestellungen ein, die nicht direkt in unserem Internet-Kaufhaus, sondern über das Internet-Auktionshaus getätigt werden. Glücklicherweise hat sich tv-

versandshop.de aber inzwischen im Dschungel der Internet-Shops einen Namen gemacht und wird von den meisten direkt und ohne den Umweg über eBay aufgesucht.

Haben Sie auch einen "Offline-Shop"?

Ja, wir vertreiben unsere Produkte auch „offline“. Seit Mai 2006 bieten wir auf einer Ausstellungsfläche von über 3.000 qm unweit unserer Verwaltung im Güterverkehrszentrum Bremen auch den Verkauf direkt ab Lager an. Zurzeit steht dieser Direktverkauf noch in engem Zusammenhang mit tv-versandshop.de. Das heißt, dass die meisten Kunden über unsere Webseite auf diesen zusätzlichen Service aufmerksam werden und diesen dann in Anspruch nehmen. Inzwischen hat unser Lagerverkauf jedoch in der Region einen gewissen Bekanntheitsgrad erlangt und so finden über Mund-zu-Mund-Propaganda mittlerweile immer mehr Käufer den Weg zu uns, um direkt vor Ort ein Schnäppchen zu machen. Zum Teil bieten wir hier auch Artikel an, die wir nicht im „Online“-Programm haben, beispielsweise hochwertiges Parkett, das sich aufgrund seines Gewichts nicht besonders gut für den Versandhandel eignet.

Seit wann gibt es Ihren Online-Shop?

tv-versandshop.de existiert inzwischen seit etwas mehr als fünf Jahren.

Betreiben Sie den Shop haupt- oder nebenberuflich?

Anfangs habe ich den Shop „nur“ nebenberuflich betrieben. Als die Sache dann aber so richtig ins Rollen kam und die stetig steigende Anzahl eingehender Bestellungen nicht mehr nebenbei zu bewältigen war, habe ich den Schritt gewagt, meinen damaligen Beruf als Einzelhandelskaufmann aufzugeben und mich ganz meinem Internet-Kaufhaus zu widmen.

Haben Sie Mitarbeiter?

Zum Glück ja. Alleine wäre die Arbeit auch schon lange nicht mehr zu schaffen. Insgesamt beschäftige ich momentan 25 feste Mitarbeiter sowie etwa 60 weitere auf zeitlich befristeter Basis.

Wie bekommen Sie neue Besucher in den Shop?

Zum einen werden Besucher - wie bereits erwähnt - über eBay auf unseren Shop aufmerksam. Um tv-versandshop.de aber noch bekannter zu machen, habe ich eine externe Agentur mit Presse- und Öffentlichkeitsarbeit beauftragt. Diese veröffentlicht regelmäßig Produkt- und Unternehmensinformationen in den Medien und weckt so bei potentiellen Kunden das Interesse für unseren Shop. Daneben sind wir selbstverständlich auch auf vielen Messen und Ausstellungen wie der Mail-Order-World präsent, um tv-versandshop und seine Produkte vorzustellen. Außerdem betreiben wir intensiv Suchmaschinen-Marketing. Darüber hinaus lassen wir uns immer wieder ungewöhnliche Aktionen einfallen lassen, um neue Kunden zu gewinnen. So haben wir unser Internet-Kaufhaus anfangs in vielen deutschen Städten wie Bremen, Hamburg, Berlin und München mit großen Werbebannern auf mehr als 30 (TV-Versandshop-)Taxen über die Region hinaus bekannt gemacht. Momentan planen wir weitere „Coups“ in diese Richtung. Mehr wird aber noch nicht verraten.

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

Es passieren immer mal wieder Dinge, die anders laufen als erwartet. Etwas wirklich Schlimmes ist mir aber zum Glück noch nicht passiert.

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

Auf jeden Fall. Im Prinzip geht die gesamte Erfolgsgeschichte von tv-versandshop.de auf eine „unerwartet positive Dynamik“ zurück, denn die Idee, Produkte über das Internet zu verkaufen, entstand mehr oder weniger zufällig: Aus meiner persönlichen Leidenschaft für einen bestimmten, elektrobetriebenen Roller und den begeisterten Reaktionen von Freunden und Bekannten entwickelten sich 2002 die ersten Verkaufsaktivitäten. Ich gab dem kuriosen Flitzer einfach den Namen Happy-Scooter, sicherte mir die Markenrechte und die gleichnamige Webseite. Die flotten Fahrzeuge überzeugten und sprachen anfangs vor allem Camper und Bootsbesitzer zum Düsen durch enge Zeltplätze und Hafenanlagen an. Aber auch trendorientierte Teens und erwachsene Technik-Fans fanden schon bald Gefallen an den „fröhlichen Rollern“. Dementsprechend entwickelte sich der Happy-Scooter recht schnell zum absoluten Verkaufsschlager. Damit hätte ich damals wirklich nicht gerechnet. Angespornt durch diesen Erfolg erweiterte ich stetig das Warenangebot um weitere Trend- und Funartikel sowie alltägliche Produkte. Nachdem die Zahl der Bestellungen in den Folgemonaten immer weiter anstieg, entstand Anfang 2004 aus dem ursprünglichen Ein-Mann-Betrieb die TV-Versandshop International Trading GmbH. Seitdem vertreibe ich sowohl über www.tv-versandshop.de als auch über die Internet-Plattform eBay meine inzwischen mehr als 12.000 Artikel.

Haben Sie Tipps für andere Shopbetreiber?

Das Wichtigste, was ich anderen Shopbetreibern mit auf den Weg geben kann, ist eine ganz einfache Weisheit: Wer nicht wagt, der nicht gewinnt. Wie beim ersten Produkt, dem Happy-Scooter, gab es auch in der Folgezeit beim Einkauf manchmal Unsicherheiten, ob die Artikel den Geschmack der Allgemeinheit treffen. Jedes Mal gehe ich aufs Neue die Gefahr ein, letztendlich auf den Sachen sitzen zu bleiben. Inzwischen habe ich zwar ein gutes Gespür dafür entwickelt, was ankommt und dem aktuellen Zeitgeist entspricht bzw. sogar selbst zum Trend werden könnte. Ein gewisses Risiko ist aber nie auszuschließen. Trotzdem bin ich davon überzeugt, dass man sich in der Regel auf sein Gefühl verlassen und insgesamt nicht zu vorsichtig sein sollte. Für das Tagesgeschäft gilt meiner Ansicht nach Folgendes: immer am Ball bleiben und nicht müde werden, mit immer neuen, außergewöhnlichen Ideen der Konkurrenz stets einen Schritt voraus zu sein. Außerdem muss man gerade im E-Commerce sehr schnell sein. Häufig ziehen Wettbewerber erst Monate später nach und wundern sich dann, dass sie viel zu spät sind.

Wohin entwickelt sich Ihr Shop? Was sind Ihre Pläne?

Anfang 2008 begibt sich tv-versandshop.de auf internationales Parkett und macht die mehr als 12.000 auf der Webseite bestellbaren Trend- und Lifestyleartikel mit der neuen Domain tv-versandshop.com auch Kunden aus dem englischsprachigen Raum zugänglich. Für Mitte des kommenden Jahres plane ich sogar eine weitere Expansion auf Frankreich, Spanien und Schweden mit entsprechenden Domain-Endungen und Produktbeschreibungen in der Landessprache. Parallel zur Ausdehnung der Reichweite stocken wir auch unser Sortiment in den Bereichen Heim und Garten sowie Fitness und Funsport erneut auf und legen damit den Grundstein für weitere Umsatz-Zuwächse in der Outdoor-Saison 2008. Außerdem sind Schaltungen von TV-Spots auf n24 und einem regionalen Fernsehsender geplant. All diese Maßnahmen zielen selbstverständlich darauf ab, tv-versandshop.de noch attraktiver und noch mehr potentielle Kunden auf die Webseite aufmerksam zu machen. Ich könnte mir auch vorstellen, mir einen strategischen Partner zu suchen, der mit mir zusammen den Erfolg meines Internet Kaufhauses weiter vorantreibt.

Wo informieren Sie sich zum Thema Online-Shopping?

Ich lese gerne und oft die entsprechenden Fachmagazine und surfe gelegentlich auf den dazugehörigen Internet-Seiten. Auch Messen sind eine wichtige Informationsquelle. Wichtiger ist für mich aber noch der persönliche Austausch mit Wettbewerbern.

In welchem Shop kaufen Sie persönlich am liebsten ein?

In meinem eigenen natürlich ☐ Das werden zwar sicherlich die meisten Shopbetreiber behaupten, aber mir ist das tatsächlich so. Gerade in letzter Zeit habe ich mich für die Einrichtung meines neuen Hauses des Öfteren aus unserem Sortiment bedient.

**Wenn Sie sich selbst ein Bild des Shops machen wollen, finden Sie hier den Link:
www.tv-versandshop.de**