

# Lassen Sie Bilder sprechen! - Interview mit Lichthandel.de

✘ Es gibt ja durchaus sehr unterschiedliche Auffassungen, wie man seine Produkte im Online-Shop präsentieren sollte. Unser Interviewpartner Torsten Brammer von Lichthandel.de hat die Erfahrung gemacht, dass Kunden in erster Linie Produktbilder und Preise wahrnehmen und rät daher anderen Shopbetreibern: "Löschen Sie jeden überflüssigen Text von Ihrer Seite."

**Lesen Sie unser Interview mit Shopinhaber Torsten Brammer von lichthandel.de.**

## **Was ist das Besondere an Ihrem Shop?**

Die ursprüngliche Idee war es, **Leuchten und Zubehör** anzubieten, die über ein wesentlich besseres Preis-/Leistungsverhältnis verfügen als jene des stationären Fachhandels. Dort bekommt man im wesentlichen Marken- oder Designerware, welche im Verhältnis zur Qualität völlig überteuert ist. Diese "Idee" ist leider leicht kopierbar. Mittlerweile beginne ich aus Gründen des Wettbewerbs Waren anzubieten, die der Endkunde fast nur bei Lichthandel.de kaufen kann. Ohne Alleinstellungsmerkmale wird langfristig kein Versandhändler -branchenunabhängig- überleben können.

## **Was hat Sie auf die Idee zu Ihrem Shop gebracht?**

Ganz einfach: dem Online-Versandhandel gehört die Zukunft. Leuchten versprechen einen hohen durchschnittlichen Bestellwert und sind einfach zu versenden. Zudem wird in der Leuchtenbranche noch mit vernünftigen Spannen gearbeitet.

## **Verraten Sie uns, was Sie beruflich gemacht haben, bevor Sie Shopbetreiber wurden?**

Nach dem BWL-Studium war ich über 10 Jahre als Marktforscher tätig, zuletzt als Geschäftsführer eines Instituts. Wenn man auf die 40 zugeht, muss man sich langsam entscheiden: weiterhin als Angestellter arbeiten mit altersbedingter stark wachsender Abhängigkeit oder halt den Sprung in die Unabhängigkeit wagen!

## **Welches Shopsystem nutzen Sie?**

**Smartstore.** Damit kommt man ganz gut ohne fremde Hilfe zurecht. Die neueste Version ist hinsichtlich der Leistungsfeatures nicht weit von dynamischen Systemen entfernt. Ideal also für Ein- oder Zweimann-Betriebe.



## **Haben Sie auch ein klassisches Ladengeschäft?**

Ich habe seit einem Jahr ein 60 qm Büro im EG mit Schaufenster in 1b-Lage. Dort sind eine Reihe Leuchten ausgestellt. Seitdem ich mit "Ausstellung" werbe, wird allgemein angenommen ich hätte ein 50.000 qm großes Outlet mit weiteren Filialen im deutschsprachigen Raum. Das schafft offensichtlich starkes Vertrauen.

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

Seit dem 1. Mai 2004.

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

Ich betreibe den Shop hauptberuflich ohne weitere Mitarbeiter. Festangestellte Mitarbeiter wird es nach meiner Planung auch nie geben. Eher wird Outsourcing für mich zum Thema.

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

Nach meiner Erfahrung ist es hilfreich, dem Kunden Größe zu suggerieren. Das ist mir gelungen. Mittlerweile gibt es keine nervösen Anrufer mehr, die nach "Sicherheiten" fragen. Schließlich ist ein vierstelliger Warenkorb in unserer Branche nicht besonders ungewöhnlich.

## **Nutzen Sie Shopping-Portale, um neue Besucher in Ihren Shop zu bekommen?**

Nein wir nutzen keine Shopping-Portale und ich glaube auch nicht, dass es in unserer Branche relevante Portale gibt. Kunden kaufen in der Regel nicht nur einen Artikel. Im Warenkorb befinden sich z.B. Wandleuchten, Einbaustrahler, Trafo, Leuchtmittel etc. Für diese Zusammenstellung sind Shopping-Portale für den Käufer einfach zu umständlich.

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

Ich hatte gehofft, dass die Kunden meine 60 qm Ausstellung täglich leer kaufen. Dem ist leider nicht so - kleiner Scherz! Man lernt hieran aber auf jeden Fall, warum der stationäre Einzelhandel in der Leuchtenbranche seit Jahren schrumpft.

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

Meine Laune seit der Shopöffnung. Eventuell ist aber auch die Geburt meines Sohnes im letzten Jahr eine Folge davon.

**Haben Sie Tipps für andere Shopbetreiber?**

Löschen Sie jeden überflüssigen Text von Ihrer Seite. Kunden schauen im Wesentlichen nur Bilder und Preise an. Der Rest wird nach meiner Erfahrung weitgehend ignoriert.

**Woran arbeiten Sie zur Zeit?**

Es gibt erweiterte Gedankenspiele, Ware selber zu importieren oder ggfs. sogar produzieren zu lassen. An der gesamten Wertschöpfungskette zu partizipieren wäre natürlich höchst attraktiv.

**Wo informieren Sie sich zum Thema Online-Shopping?**

In den Foren der diversen Hersteller von Shop-Software.

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

Ich habe nur eine Lieblings-Seite: Spiegel Online.

**Wenn Sie sich selbst ein Bild vom Shop machen wollen, finden Sie hier den Link:**  
[www.lichthandel.de](http://www.lichthandel.de)