

Angebotsvielfalt mit Themenshops - Interview mit aadamo-sports.de

✘ Die meisten Shopbetreiber sind vollkommen ausgelastet mit der Pflege nur eines Online-Shops. Unser heutiger Interviewpartner aadamo-sports.de dagegen, hat sein Produktangebot auf insgesamt acht Shops aus dem Bereich Sport verteilt, um so gezielt auf verschiedene Kundengruppen eingehen zu können.

Wie dieses Konzept genau funktioniert, erfahren Sie in unserem Interview mit dem Inhaber Christoph Naber.

Was ist die Idee hinter Ihren Shops?

Die grundsätzliche Idee meiner Sport Shops ist es, eine auf verschiedene Zielgruppen ausgerichtete Angebotsstruktur bereit zu stellen. Das ist auch der Grund, weshalb ich so viele verschiedene Shops betreibe. Auf Sportbedarf.de z.B. findet der Käufer eine sehr breite, aber in den jeweiligen Produktgruppen nicht so in die Tiefe gehende Angebotsstruktur. Das ist in meinen "Themenshops" ganz anders. Hier bieten wir eine auf das jeweilige Thema bezogene sehr in die Tiefe gehende Produktpalette an. Hier kauft dann eher die Szene der jeweiligen Sportart ein.

Haben Sie für diese Unterscheidung ein praktisches Beispiel?

Also, ein günstiger Billardtisch für Zuhause wird eher auf Sportbedarf.de gekauft. Hochwertige Turnier Billardtische werden dagegen beinahe ausschließlich bei meinem Themenshop Billardshop.de bestellt.



Wie sind Sie zum Shopbetreiber geworden?

Da ich aus einer Unternehmerfamilie stamme, hatte ich immer den Wunsch, selbständig zu arbeiten. Ich bekam dann die Chance einen kleinen Internethandel für Sportartikel zu übernehmen. Damit war der Grundstein gelegt. Diesen Internethandel habe ich jedoch vollständig umgestaltet, so dass vom vorherigen Geschäft nichts mehr übrig geblieben ist.✘

Welches Shopsystem nutzen Sie?

Wir nutzen die Enterprise Edition von Oxid-eSales in der Mallversion. Dieses umfangreiche Produkt haben wir durch unseren technischen Partner, die anzido GmbH einrichten und auf unsere Bedürfnisse anpassen lassen.

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

In erster Linie natürlich einen guten Service bieten und die Artikel schnell, vollständig und in guter Qualität liefern. Das ist sicherlich das mit Abstand wichtigste Argument für wiederkehrende Kunden. Um das Vertrauen zunächst zu gewinnen, bin ich bestrebt sämtliche nötigen Informationen zu den Artikeln, zu meiner Firma, zum Widerrufsrecht, Datenschutz etc. für den Kunden deutlich sichtbar und ohne versteckte Klauseln bereit zu stellen. Daneben spielt natürlich auch Trusted Shops als eines der wichtigsten Gütesiegel in Europa eine zentrale Rolle im Bereich der Vertrauensbildung.

Gibt es technische Besonderheiten, auf die Sie stolz sind?

Ja, wir haben in unseren Shops einen Produktfilter eingebaut, mit dessen Hilfe der Käufer die Navigation durchführen kann. D.h. es gibt nicht mehr nur die klassische Kategorien-Navigation, sondern eine Navigation in Bezug auf Eigenschaften und Werte. Sucht der Käufer zum Beispiel ein blaues, langärmeliges Fußball Trikot für Herren, so wählt er die gerade genannten Kriterien Farbe, Ausführung, Sportart, Trikot, für Herren einfach nacheinander aus. Hat er alle für ihn wichtigen Dinge gewählt, erhält er ein auf seine Auswahl zugeschnittenes Produktangebot aufgelistet. Ein unübersichtliches Durchklicken durch Kategorien entfällt damit weitestgehend.



Seit wann gibt es Ihre Online-Shops?

Ich beschäftige mich seit 2002 mit dem Verkauf von Sportartikeln über einen Online-Shop. Zunächst

war dieses nur die Seite aadamo-sports.de. Nach und nach habe ich dann die verschiedenen weiteren Domains gekauft und darauf die jetzt bestehenden Shops eröffnet.

Betreiben Sie die Shops haupt- oder nebenberuflich?

Ich betreibe die Shops hauptberuflich. Ich habe eine festangestellte Vollzeitkraft und zwei zusätzliche Teilzeitkräfte. D.h. derzeit sind wir zu viert. In diesem Jahr werde ich außerdem wahrscheinlich eine zusätzliche Vollzeitkraft einstellen sowie eine/n Auszubildende/n.

Gibt es Teilbereiche Ihrer Shops, die Sie an Partner abgegeben haben?

Ja, es gibt eine ganze Menge an Bereichen, die wir an externe Partner abgegeben haben. Lagerhaltung übernehmen wir so gut wie keine - unser Sortiment wäre viel zu groß dafür. Stattdessen lassen wir durch unsere externen Partner versenden. Das Webdesign betreut Thomas Mosch web-design. Das Thema Suchmaschinenmarketing übernimmt unser Partner exito Internet Solutions. Last but not least sind wir derzeit dabei, das gesamte Forderungsmanagement inklusive Inkasso auszulagern. Dafür suchen wir noch einen geeigneten Partner.

Wie bekommen Sie neue Besucher in die Shops?

Da gibt es natürlich eine Menge Wege, die wir nutzen. Als Erstes generieren wir einen relativ großen Anteil unseres Umsatzes durch Direct-Visits, d.h. durch direkte Eingabe unserer Shop-URL in die Adresszeile. Dieses schaffen wir vor allem durch leicht zu merkende Domainnamen unserer Shops in Kombination mit Werbung in ausgewählten Print- und Online-Magazinen der jeweiligen Sportszene. Als weiterer äußerst wichtiger Bereich ist das Thema Suchmaschinenoptimierung zu nennen. Daneben fällt mit einem sehr hohen Anteil das Keyword-Marketing ins Gewicht. Hier nutzen wir verschiedene Werbeplattformen - allen voran natürlich Google. In Teilbereichen werden wir außerdem zukünftig Verkaufsplattformen wie z.B. Yatego nutzen, um weitere Verkäufe zu generieren.

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

Ja, die gab es natürlich auch eine ganze Menge. So haben wir zum Beispiel einige Jahre benötigt, um den richtigen Partner im Bereich der Suchmaschinenoptimierung zu finden. Vorher haben wir mehrfach negative Erfahrungen sammeln müssen und eine Menge Leer- bzw. Lehr-Geld bezahlt. Teilweise waren die Ergebnisse der Suchmaschinen-„Optimierung“ sogar eher kontraproduktiv.

Hatten Sie in der Vergangenheit Probleme mit Abmahnungen?

Bisher zum Glück eigentlich kaum. Neben den Trusted Shops Vorgaben berücksichtigen wir außerdem die Vorgaben unseres auf das Versandhandelsrecht spezialisierten Anwalts. Damit dürften eigentlich die meisten Fallstricke beseitigt sein. Aber eine 100% Sicherheit gibt es natürlich nie.

Haben Sie Tipps für andere Shopbetreiber?

Neben den wichtigsten Punkten für einen Shopbetreiber wie z.B. gutes Warensortiment, Übersichtlichkeit des Sortiments und vernünftiger Preispolitik sind vor allem solche Punkte wie Schnelligkeit und Korrektheit in der Auftragsbearbeitung sowie bei Problemen ein großzügiges und kulantest Handeln ausschlaggebend für den Erfolg. Dann werden aus Einmalkäufern häufig Mehrfachkäufer.

In welchem Shop kaufen Sie persönlich am liebsten ein?

Nun da gibt es einige, die ich da nennen könnte. Exemplarisch seien nur einmal der Koffer- und Taschenspezialist www.kofferprofi.de, www.genusshandwerker.de und www.worldofsweets.de genannt.

Wenn Sie sich selbst ein Bild vom Shop machen wollen, finden Sie hier den Link:
www.aadamo-sports.de