

ebay-Shop mit 100.000 Bewertungen - Interview mit foto-walser.de

✘ Mit den verschiedensten Arten von Foto-Ausrüstung beschäftigt sich der Online Shop foto-walser.de. Aber auch eine Menge Golf-Produkte können hier mittlerweile bestellt werden. Hierbei setzt die Firma auf einen hohen Grad an Automatisierung und auf tagesaktuelle Geschäftszahlen.

Wie er durch Zufall zwischenzeitlich zu einem Marktführer bei Golf-Caddies wurde, erfahren Sie im Interview mit Niclas Walser.

Was ist das Besondere an Ihrem Shop?

Foto-Walser war zuerst bei Ebay aktiv, später kam dann unser eigener Shop hinzu. Wir wollten eine Software, mit der wir beide Portale bedienen konnten. 4sellers von logic-base wurde diesem Anspruch gerecht. Über nur eine Oberfläche und einen Datenpool steuern und pflegen wir unsere Stammdaten. Innerhalb dieser Software-Maske kann ich dann Anpassungen vornehmen, die nur auf Ebay oder unseren Shop zutreffen. Die Stammdaten pflegen wir jedoch nur ein einziges Mal ein. Zugrunde liegt übrigens das Warenwirtschaftssystem Office Line von sage. Wir sind sehr schnell gewachsen und auch hier war es wichtig, eine offene Systemarchitektur zu haben, die keine Datenmengenbegrenzung hat. Durch die SQL-Datenbank, mit der 4sellers programmiert, war das möglich. Die durch die Software mögliche, automatische Abwicklung erspart uns viel manuelle Arbeit. Zum Beispiel reagiert die Software sofort auf einen Zahlungseingang. Der Email-Verkehr mit dem Kunden wird dann automatisch in Gang gesetzt und auch der Bankdatenabgleich geschieht automatisch. Die Software ist fehlertolerant, minimale Betragsabweichungen werden erkannt und toleriert. Oder es wird ein fallbezogenes Template generiert, das an den Kunden per Email gesandt wird. Wir konnten unser Corporate Design 1:1 auch im Shop umsetzen, wir haben ihn nach unseren Anforderungen programmieren lassen.

✘ **Wie sind Sie zum Shopbetreiber geworden?**

Wir wollten weitere Vertriebskanäle erschließen, da war es naheliegend, einen eigenen Webshop zu eröffnen.

Verraten Sie uns, was Sie zuvor beruflich gemacht haben?

Ich war als Einzelhandelskaufmann tätig.

Welche Zahlungssysteme bieten Sie an?

Der Kunde hat die Möglichkeit, zwischen Vorkasse, Kreditkarte, PayPal (bald Express) und Nachnahme zu wählen. Die Möglichkeit einer Finanzierung wollen wir auch noch anbieten.

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

Wir räumen unseren Kunden nicht nur das gesetzlich vorgeschriebene, 14tägige Rückgaberecht ein, sondern sie können bis zu einem Monat Ihre Waren ohne Angaben von Gründen zurücksenden. Qualitätsmanagement und ein guter und schneller Kundenservice sind uns ebenso wichtig, wie kulante Lösungen bei Servicefällen. Auch leisten wir uns einen Update-Service, um der aktuellen Rechtsprechung immer zu genügen. Nicht zuletzt ist in diesem Zusammenhang auch die **Trusted Shops Zertifizierung** mit der Geld-zurück-Garantie zu nennen.

Gibt es technische Besonderheiten, auf die Sie stolz sind?

Inzwischen pflegen wir unsere Kunden, nicht unsere Datenbank. Wir können mit unserer Software Geschäftszahlen tagesaktuell abrufen. Diese Auswertungen sind keine Hochrechnungen, sondern eine genaue Abrechnung unserer Transaktionen. Wir können leicht Rückschlüsse aus unseren Transaktionen ziehen, denn es gibt eine gute grafische Aufbereitung der Verkäufe. So erkennen wir Trends schon frühzeitig. Wir sehen, welche Artikel gut gehen oder welche Ladenhüter werden und können entsprechend gegensteuern. Wir können so übrigens auch kundenspezifische Angebote optimieren und das Cross-Selling erhöhen. Die Mehrwährungsfähigkeit der Software hilft uns, im Ausland einzukaufen und zu verkaufen. Mehrere, hinterlegte Steuersysteme ermöglichen den Verkauf im Ausland und an den Großhandel. Den rechtlichen und steuerlichen Bedingungen werden wir mit dieser Software gerecht.



Spielt eBay eine Rolle für Sie?

Wir waren das erste eBay-Mitglied in Europa mit über 100.000 Bewertungspunkten. Durch eBay sind wir bekannt geworden und gewachsen. Diese Popularität hilft uns heute bei der Vermarktung unseres Shops. Natürlich nutzen wir auch heute noch eBay und es ist ein wichtiger Vertriebszweig. Allerdings verschieben sich die Umsätze nach und nach Richtung Online-Shop. Dies wird von uns gewünscht und auch dementsprechend gesteuert.

Haben Sie auch ein klassisches Ladengeschäft?

Nein.

Seit wann gibt es Ihren Online-Shop?

Unser erster Shop ging 2001, unser jetziges System ist seit Mitte 2006 online.

Betreiben Sie den Shop haupt- oder nebenberuflich?

Wir betreiben den Shop und die weiteren Vertriebskanäle hauptberuflich mit insgesamt 25 Mitarbeitern.

Planen Sie Neueinstellungen für das Jahr 2008?

Ja, eine/n Assistent/-in für unseren Verkaufleiter und den Geschäftsführer sowie eine/n Mitarbeiter/-in zur Warenüberprüfung.

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

Wie schon erwähnt haben wir für die Programmierung unseres Shops und die Warenwirtschaft einen externen Partner. Ebenso ist unsere komplette Logistik seit einigen Jahren bei einem professionellen Dienstleister untergebracht. Je nach Bedarf, werden auch für Ressourcen für Webdesign oder grafische Arbeiten zugekauft.

Wie bekommen Sie neue Besucher in den Shop?

Unsere Bestandskunden bedienen wir durch regelmäßige Newsletter mit Aktionen und Neuheiten und erhöhen so die Kundenbindung. Zur Neukundengewinnung sind wir bei vielen Preisvergleichsmaschinen gelistet, die automatisch unsere aktuellen Daten ziehen können. Ebenso nutzen wir weitere Online-Marktplätze und kleinere Auktionshäuser, um unsere Waren im In- und Ausland anzubieten. Im geringen Maße setzen wir auch auf Printwerbung und den Besuch von Fach- bzw. Endverbraucher messen. Seit kurzem investieren wir auch verstärkt in Adword Marketing.

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

Natürlich gab und gibt es immer wieder Hürden, die überwunden werden müssen, nichts aber was uns nachhaltig in unserer Entwicklung gestört hätte. Gewisse Dinge brauchen oft mehr Zeit, als man sich anfangs vorgestellt hatte.

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

Ja, zum Beispiel sind wir mehr oder weniger durch Zufall einer der stärksten Händler für Elektro-Golf-Caddies geworden. Nach einem Tipp bestellten wir einen kleinen Container. Dieser verkaufte sich dann so gut, dass wir in den darauf folgenden Jahren mehrere Tausend Stück verkaufen konnten. Diese wurden dann nach unseren Vorstellungen entwickelt und gefertigt. Mittlerweile ist aber unsere Firmenphilosophie so, dass wir uns wieder mehr auf unser Kerngeschäft, den Fotobereich, konzentrieren.

Hatten Sie in der Vergangenheit Probleme mit Abmahnungen?

Ja, leider hat ist dieser Kelch auch nicht an uns vorbeigegangen. Mittlerweile haben wir uns aber rechtlich so abgesichert, dass wir uns diesbezüglich keine Sorgen mehr machen brauchen.

Woran arbeiten Sie zur Zeit?

Die Übersetzung unseres Shops ins Englische ist in den letzten Zügen. Den internationalen Ausbau werden wir durch weitere Sprachen noch unterstützen. Geplant sind französisch und italienisch. Zum anderen arbeitet unser Produktmanagement mit Hochdruck an der Optimierung und Ausbau unserer Produktpalette. Einige kleinere technische Entwicklungen sind ebenso in Auftrag gegeben, wie die schon erwähnte Möglichkeit der Finanzierung.

Nutzen Sie schon Web 2.0 Möglichkeiten, z.B. einen eigenen Blog, Produktbewertungen oder soziale Netzwerke?

Nein, diese Möglichkeiten nutzen wir noch nicht. Sicher gibt es dort noch Potenzial, welches wir auf keinen Fall aus dem Auge lassen werden.

Wo informieren Sie sich zum Thema Online-Shopping?

Durch Abos diversererer Fachliteratur und natürlich auch online. Die Möglichkeit, sich über interessante Themen auf Vorträgen oder Veranstaltungen zu informieren, nehmen wir auch immer wieder war. Dort hat man die Möglichkeit, Erfahrungen auszutauschen und neue Anhaltspunkte und Ideen zu erhalten.

Wir danken Ihnen für das Interview!

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