

Optimale Aufgabenverteilung - Interview mit insidextreme.de

☒ Für Henryk Lippert von insideextreme.de steht nicht nur ein besonderes Produktangebot als Erfolgsfaktor des eigenen Shops im Vordergrund. Wichtig ist es seiner Meinung nach auch, alle anfallenden Aufgaben optimal nach Kompetenzen zu verteilen und - wenn nötig - auszulagern.

Mehr darüber, wie die Geschäftsführer Henryk Lippert und Torsten Heine ihre Spezialisierungen im Shop umsetzen hier im Interview.

Was ist das Besondere an Ihrem Shop?

Im Zentrum der Geschäftstätigkeiten steht der Vertrieb von Angeboten aus der **Fun- und Extremsportbranche**. Von DVD's, die in Deutschland zum größten Teil kein anderer anbietet über Fashionartikel und Accessoires bekannter Marken wie Oxbow, Billabong, O'Neill, Quiksilver, Vans, etc. bis hin zu besonderen Erlebnisangeboten.

Wie sind Sie zum Shopbetreiber geworden?

Wir hatten in der Vergangenheit schon eine Vielzahl von Geschäftsideen, waren aber zu jung und hatten kein Kapital. 2004 dann haben wir begonnen, Filme aus der Funsportszene zu verkaufen, was sehr gut funktionierte. Daraufhin setzten wir uns mit Großhändlern in Europa und in den USA in Verbindung, um unser Sortiment weiter auszubauen. Anfangs wurde unsere Geschäftsidee belächelt, aber wir glaubten an uns und haben unsere Idee weiterverfolgt. Wir haben unser eigenes Geld in die Firma investiert und weitere Filme bestellt. Diese haben wir anfangs über eBay verkauft. Im November 2005 hat dann unser Online-Shop eröffnet.

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

Ich bin derzeit noch Student der Politikwissenschaft und schreibe meine Diplomarbeit. Die Selbständigkeit mit dem Studium zu kombinieren ist zwar hart, aber ich wollte mein Studium immer beenden und nicht "auf der Zielgeraden" aufgeben. Mein Geschäftspartner, Torsten Heine, hat eine Ausbildung zum Hotelfachmann absolviert und anschließend in diesem Beruf weitergearbeitet. 2007 hat er seinen Job an den Nagel gehangen, um sich voll auf die Firma zu konzentrieren.



Welches Shopsystem nutzen Sie?

Wir nutzen XT-Commerce 3.04 SP2.1 in Kombination mit der freien Warenwirtschaft JTL-Wawi. Der Shop wurde mit umfangreichen Modulen von einer externen Firma angepasst. Das Layout wurde von einem Mediendesign-Studenten erstellt.

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

Wir haben das Trusted Shops Zertifikat und bieten viele verschiedene Zahlungssysteme für verschiedene Kundenansprüche an. Außerdem sind Kundenbewertungen möglich, die bislang aber leider wenig genutzt werden. Zudem bringen wir sehr viel Energie und Sorgfalt dafür auf, unsere angebotenen Leistungen durch detaillierte Beschreibungen und Bilder im Shop unterzubringen und betreiben eine absolut faire Versandpolitik. Was eigentlich selbstverständlich ist, aber gerade im E-Commerce von wenigen ernst genommen wird, ist die aufmerksame und vertrauensvolle Kommunikation mit dem Kunden: nicht nur bei der ausführlichen Produktberatung und der Kaufabwicklung stehen wir ihnen zur Verfügung, sondern auch dann, wenn doch mal Probleme auftauchen. Während unserer Geschäftszeiten sind wir telefonisch erreichbar, ansonsten beantworten wir alle Anliegen so schnell wie irgend möglich auch per E-Mail.

Gibt es technische Besonderheiten, auf die Sie stolz sind?

Ja, die gibt es. Wir haben eine moderne Suche mit Vorschlägen, Flash-Animationen bei Bildern, ein Trailer-Modul und eine Umkreissuche für Erlebnis-Events.



Betreiben Sie den Shop haupt- oder nebenberuflich?

Mein Partner betreibt den Shop hauptberuflich, ich momentan nebenberuflich, da ich noch Student bin, auch wenn die meiste Zeit in den Shop investiert wird. Zur Zeit haben wir zwei Praktikanten. Einen im Bereich Grafik und einen im Bereich Marketing/Sales.

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

Die Programmierung ist ausgelagert. Wir haben einen Administrator für den Server, ein Steuerberater macht die Abrechnung und wir werden von Finanzberatern unterstützt. Man muss sich von Aufgaben lösen können, denn man schafft nicht alles allein. Der Rest wird intern gemacht. Die Zusammenarbeit klappt sehr gut. Jeder hat seine Spezialgebiete und dabei sollte man bleiben: bei mir ist es das Marketing und die koordinierte Zusammenarbeit von Grafiker, Programmierer, Administrator und, dass alles reibungslos funktioniert. Mein Partner kümmert sich um Logistik, Vertrieb, Kundenanfragen etc. Um den Einkauf kümmern wir uns gemeinsam.

Wie bekommen Sie neue Besucher in den Shop?

Wir machen AdWords Werbung, Foren-Marketing, klassische Printwerbung und Flyer. Durch unseren guten Service wird erfreulicher Weise auch die Mouth-to-Mouth Kommunikation angekurbelt. Hinzu kommen Kooperationen, Trusted Shops etc. Unsere PR-Aktivitäten intensivieren sich auch zunehmend.

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

Die Programmierung des neuen Shops zog sich entgegen geplanter sechs Monate auf ein Jahr hin. Der neue Shop ist mittlerweile seit Oktober online, es sind aber noch viele Erweiterungen geplant. Es könnte oft ein wenig schneller gehen.

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

Der neue Shop wurde sehr gut angenommen. Die Erweiterung um Fashion-Wear, Streetwear mit bekannten Marken wie Billabong, Oxbow, Vans, etc. war optimal.

Hatten Sie in der Vergangenheit Probleme mit Abmahnungen?

Ja, einmal auf einer Unterseite bei eBay hatten wir einen Fehler mit zwei Wochen Widerrufsrecht. Im Angebot war das Widerrufsrecht korrekt. Wir haben uns auf einen geringeren Streitwert und Kosten geeinigt. Die deutschen Regelungen sind im europäischen Vergleich die schärfsten und erschweren somit den Wettbewerb.

Haben Sie Tipps für andere Shopbetreiber?

Man muss versuchen, sich von der Masse abzuheben durch besondere Produktangebote. Wir haben z.B. spezielle Filme aus den USA, die es in Europa nicht gibt. Man sollte sich auch an schwierige Produkte trauen und ruhig mal über den berühmten Tellerrand schauen. Ein gutes Marketingkonzept mit einem Marketingplan für Print- und Onlinewerbung ist unerlässlich. Die Aufgaben müssen gut verteilt werden und auch mal ausgelagert werden. Praktikanten können eine sehr gute Unterstützung sein.

Wo informieren Sie sich zum Thema Online-Shopping?

Wir informieren uns hauptsächlich über ECC-Handel, den shopbetreiber-blog.de, über Trusted Shops, Rechtsanwalt-Newsletter und auch in anderen Foren.

In welchem Shop kaufen Sie persönlich am liebsten ein?

Ich kaufe gern bei Amazon, da es sehr unkompliziert ist, auch wenn das für uns nicht so gut ist. Ich kaufe aber auch gerne bei kleinen Shops, besonders bei Produkten im IT-Bereich und bei Software.

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