

Klares Layout und passendes Farbschema - Interview mit bright-britain.de

☒ Sieht die Startseite eines Online-Shops auf den ersten Blick chaotisch und unübersichtlich aus, machen sich die meisten Kunden gar nicht erst die Mühe, einen zweiten Blick auf das Angebot zu werfen. Unser Interviewpartner bright-britain.de hat hilfreiche Tipps, worauf man bei der Gestaltung achten sollte.

Lesen Sie weitere Tipps von Henrik Abel zur optimalen Shop-Gestaltung.

Was ist das Besondere an Ihrem Shop?

Bright Britain bietet ein umfangreiches und ausgesuchtes Sortiment mit Produkten, die ihren Ursprung in England, Schottland, Wales und Irland haben oder mit den Begriffen "British Lifestyle, Country & Garden" charakterisiert werden können. Die Grund-Idee von Bright Britain ist es, dem Britain-Fan ein Sortiment anzubieten, das in dieser Zusammensetzung im deutschsprachigen Internet einmalig ist. Gleichzeitig soll dieses Angebot auch für Menschen attraktiv sein, die bisher keine besondere Affinität zum Thema "Großbritannien" haben – aber z.B. den Landhausstil für Wohnen und Garten schätzen oder Ideen für Geschenke suchen.

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

Vor der Gründung von Bright Britain war ich etliche Jahre im Katalog- und Online-Marketing eines renommierten Spezial-Versenders tätig. Im Rahmen dieser Tätigkeit entstand der Wunsch, etwas Eigenes im Bereich Versandhandel aufzuziehen. Aus persönlichem Interesse kam ich auf das Thema "British Lifestyle". Nach einer umfangreichen Marktanalyse entschloss ich mich dann, dieses Projekt umzusetzen.

Welches Shopsystem nutzen Sie?

Wir setzen ein System von Oxid ein, das von unserem Dienstleister in einigen Bereichen an unsere Erfordernisse angepasst wurde. Der Shop ist über eine Schnittstelle mit unserer Warenwirtschaft verbunden; Aufträge, Lagerbestandsveränderungen etc. werden automatisiert von einem System an andere weitergegeben.

Welche Zahlungssysteme bieten Sie jetzt an?

Ursprünglich hatten wir nur Vorkasse-Varianten angeboten, also Zahlung per Kreditkarte, Vorab-Überweisung und Zahlung per Nachnahme. Mit Erscheinen unseres ersten Kataloges haben wir dann auch Zahlung per Lastschrift angeboten. Die Zahlung per Lastschrift wird inzwischen am häufigsten in Anspruch genommen. Damit ist aber leider auch die Anzahl der Zahlungsausfälle gestiegen.

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

Zunächst einmal haben wir uns bei dem Design unseres Shops darum bemüht, dem Kunden eine optimale Orientierung und Transparenz zu bieten. Das Layout ist klar strukturiert, das Farbschema passt zum Angebot. Alle relevanten Informationen sind leicht zu finden, die Abläufe sind klar und werden – wo nötig – erläutert. Ein ganz wichtiger Punkt sind optimale Produktfotos – sowohl hinsichtlich der Qualität als auch der Größe. Die Zertifizierung und das Prüfsiegel von **Trusted Shops** dienen natürlich auch dem Zweck, gerade für Neukunden eine vertrauensvolle Basis zu schaffen. Nach Möglichkeit haben wir alle Artikel am Lager und können die Bestellungen sehr kurzfristig ausliefern, oft noch am Tag der Bestellung. Auch nach dem Kauf bemühen wir uns weiterhin um unsere Kunden, etwa bei Service- oder Kulanz-Anfragen. Gerne führen wir auch Sonder-Aufträge aus bzw. suchen und beschaffen auf Kundenwunsch Produkte, die nicht in unserem Standard-Sortiment vorhanden sind.



Haben Sie auch ein klassisches Ladengeschäft?

Ein klassisches Ladengeschäft haben wir nicht. Allerdings beteiligen wir uns an mehreren Country & Garden-Veranstaltungen und Messen, wo wir direkten Kundenkontakt haben. Es ist sehr interessant

zu sehen, wie unterschiedlich gut bestimmte Artikel im Versand und im stationären Verkauf angenommen werden. Natürlich ist auch das direkte Kunden-Feedback wertvoll für uns. Wer möchte, kann sich bei uns vor Ort die Artikel anschauen und direkt mitnehmen. Einen regulären Lagerverkauf bieten wir allerdings nicht an.

Seit wann gibt es Ihren Online-Shop?

Unser Shop ist im Dezember 2006 online gegangen.

Betreiben Sie den Shop haupt- oder nebenberuflich?

Wir betreiben den Shop hauptberuflich und fallen in die Rubrik "bis zu 10 Mitarbeiter".

Wie bekommen Sie neue Besucher in den Shop?

Einen großen Teil unseres Traffics gewinnen wir über Suchmaschinen, sowohl über reguläre Platzierungen als auch über Adwords und ähnliches. Darüber hinaus betreiben wir zwei Affiliate-Programme und haben Kooperationen und Verlinkungen mit anderen Websites. Auf den Veranstaltungen und Messen, an denen wir uns beteiligen, verteilen wir Flyer und Prospekte. Außerdem haben wir im vergangenen Herbst einen gedruckten Katalog produziert, den wir ebenfalls zur Neukunden-Gewinnung eingesetzt haben. Ein echtes Patentrezept für mehr Besucher und Kunden gibt es nicht. Man sollte einfach im Rahmen des Möglichen alle Kanäle testen und Vieles ausprobieren. Meist wird recht schnell klar, was funktioniert und was nicht.

Hatten Sie in der Vergangenheit Probleme mit Abmahnungen?

Wir hatten bisher einmal Probleme mit einer Auktion bei eBay. Es ist für mich absolut unverständlich, wieso es trotz der zahlreichen rechtlichen Vorgaben immer noch so viele Ansatzpunkte für Abmahnungs-Abzockerei gibt. Hier sollten Gesetzgebung und Rechtsprechung endlich auf einen gemeinsamen Nenner kommen. Immerhin gibt es jetzt zunehmend Urteile, die den Streitwert bei Abmahnungen drastisch herabsetzen und das Ganze für den abmahnenden Anwalt nicht mehr so attraktiv machen. Ich kann jedem Betroffenen nur raten, sich einen guten Anwalt zu suchen und den vermeintlichen Abmahngrund sowie den angesetzten Streitwert genauestens zu überprüfen.

Haben Sie Tipps für andere Shopbetreiber?

Wer Shopbetreiber ist, sollte sich ja bereits mit den Themen Alleinstellungsmerkmal des Angebots, Auswahl der Shop-Plattform, Design des Shops, Produkt-Präsentation, Suchmaschinen-Optimierung, rechtliche Rahmenbedingen etc. beschäftigt haben. Meiner Erfahrung nach hängt alles Weitere dann vom Angebot und der Zielgruppe ab. Für uns sind z.B. Preisvergleichsportale und ähnliche Plattformen eher uninteressant. Für einen Shop, der HiFi- und Elektronik-Artikel anbietet, wäre das sicher Pflicht. Dafür bemühen wir uns sehr um kleinere Special-Interest-Zielgruppen, was wiederum für einen Elektronik-Anbieter kaum sinnvoll wäre.

In welchem Shop kaufen Sie persönlich am liebsten ein?

Ich habe mehrere Lieblings-Shops, aber aus unterschiedlichen Gründen. Im Bereich "Bücher und Medien" ist - trotz der eher schlechten Suchfunktion und einige anderer Mankos - nach wie vor Amazon mein Favorit. Hier gibt es meist die beste Auswahl und gute Preise. Bei Bekleidung bevorzuge ich Outlets wie Dress for Less. Ansonsten gehe ich auch immer noch gerne in ein gutes Ladengeschäft.

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