

Vorkassezahlungen als Vertrauensbeweis - Interview mit garten-und-freizeit.de

☒ Gerade wenn es um langlebige und teure Anschaffungen wie z.B. hochwertige Gartenmöbel geht, scheuen sich viele Online-Shopper vor einer Vorkasse-Zahlung. Umso mehr stellt die Wahl dieser Zahlungsart für unseren heutigen Interviewpartners garten-und-freizeit.de einen Vertrauensbeweis seiner Kunden dar.

Lesen Sie mehr zum Thema Kundenvertrauen im Interview mit Inhaber Jürgen Schuster.

Was ist das Besondere an Ihrem Shop?

Ziel unseres Shops ist es, im Nischenmarkt Gartenmöbel die Position als Referenzadresse für Markengartenmöbel noch weiter auszubauen. Als Spezialist in diesem Bereich bieten wir schon jetzt eine einzigartige Sortimentstiefe und -breite. Damit können wir Kunden einen breiten Überblick über einen Markt bieten, aus dem meist durchdachtere Kaufentscheidungen der Kunden resultieren. Durch unsere Spezialisierung können wir ein Know-how und damit Beratungsqualität sowohl per Email als auch per Telefon bieten, die deutlich über dem zum Beispiel klassischer Möbelhäuser liegt, für die unser Sortiment nur ein Randgeschäft ist.

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

Da der Shop zunächst, wie bei so vielen "nebenbei" anlaufen sollte, haben wir bewusst ein Produktsegment gewählt, das a) im Onlinehandel noch nicht allzu stark besetzt war, das b) pro Geschäftsvorfall relativ hohe Umsätze erzeugen und c) Produkte mit überwiegend langen Produktlebenszyklen umfassen sollte.

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

Nach dem Studium in Regensburg habe ich zunächst als wissenschaftlicher Mitarbeiter ein Jahr an der Uni Tübingen gearbeitet, danach war ich jeweils für ein paar Monate bei der Allianz und bei Rödl & Partner in München tätig.

Welches Shopsystem nutzen Sie?

Wir benutzen derzeit ein recht einfaches Shopsystem von der Stange, den GS Shopbuilder, der teilweise angepasst und vor allem an unsere Warenwirtschaft angebunden wurde. Ein Relaunch steht allerdings vermutlich noch dieses Jahr an.

Welche Zahlungssysteme bieten Sie jetzt an?

Wir bieten derzeit Vorkasse, Nachnahme, Lastschrift und Rechnung an. Letztere beiden allerdings nur bis zu einem gewissen Bestellwert. Alle Zahlungsarten werden gut angenommen. Vorkassenzahlung "versüßen" wir durch einen kleinen Rabatt. Generell ist die hohe Zahl an Vorkassenzahlungen, auch bei höheren Beträgen, bemerkenswert. Sicher spielt hier neben unserem Bemühen um ein seriöses und transparentes Auftreten, inklusive guter Erreichbarkeit, die Trusted-Shop-Garantie eine erhebliche Rolle. Derzeit wird an der Einführung einer Kreditkartenzahlung gearbeitet, Raten-/Zielkauf soll folgen.

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

Transparente und seriöse Shopgestaltung mit einem ausführlichen FAQ-Bereich, Erklärungen, Artikelbeschreibungen und Angaben zu Versandkosten sowie Lieferzeiten vor der Eingabe von persönlichen Daten oder gar dem Abschluss der Bestellung und schnelle Reaktion auf Kundenanfragen halten wir für eminent wichtig. Wesentlich unterstützt wird dies natürlich durch externe Referenzen wie die Trusted Shops Geld-zurück-Garantie, mit der wir sehr gute Erfahrungen gemacht haben. Gerade für kleinere Shops, die wie wir einen Großteil der Kunden als Neukunden gewinnen müssen, da es sich bei unseren Produkten ja um seltener gekaufte, langlebige Konsumgüter handelt, sind das wohl mitentscheidende Punkte.



Spielt eBay eine Rolle für Sie?

eBay spielt nur eine sehr begrenzte Rolle für uns. Gerade während der saisonalen Hochzeiten, also zu Zeiten knapper Kapazitäten, erachten wir den Aufwand hier als zu hoch. Wir nutzen eBay derzeit eigentlich nur zum Abbau von Überbeständen in der Endphase bzw. Auslaufphase der Gartenmöbelsaison von Juli bis September.

Haben Sie auch ein klassisches Ladengeschäft?

Ja, wir haben auch eine Gartenmöbelausstellung. Diese ist mittlerweile relativ umfangreich. Ab der Saison 2008 präsentieren wir auf ca. 1.500 qm einen Teil unseres umfangreichen Lagersortiments. Die dort gezeigte Ware kann dann sofort mitgenommen werden, bzw. wird natürlich auch durch uns zugestellt. Das Ladengeschäft profitiert enorm von unserer Internetpräsenz. Gerade in unserem Produktsegment möchte ein Großteil der Käufer die Ware zunächst persönlich begutachten und Probesitzen oder sich durch eine Ausstellung weiter inspirieren lassen.

Wie funktioniert das Zusammenspiel mit dem Shop?

Durch unseren Shop erreichen wir relativ kostengünstig Kunden auch über den näheren und mittleren Umkreis unseres Standorts hinaus, die wir mit klassischer Werbung nicht erreicht hätten. Gleichzeitig erzeugt unsere stationäre Filiale bei dem einen oder anderen Kunden auch ein Gefühl der zusätzlichen Sicherheit. Wir sind überzeugt, dass Multi-Channel-Retailing nicht nur für große Filialisten, sondern gerade auch für kleine, spezialisierte Nischenanbieter weiter an Bedeutung gewinnt.

Seit wann gibt es Ihren Online-Shop?

Wir sind zum Frühjahr 2005 mit einem kleinen Testshop gestartet. 2006 war dann der eigentliche, "ernsthafte" Start.

Betreiben Sie den Shop haupt- oder nebenberuflich?

Ich betreibe den Shop hauptberuflich. Derzeit beschäftigt die HS Fachmarkt Vertriebs-GmbH, die den Shop garten-und-freizeit.de betreibt, fünf feste Vollzeitmitarbeiter. Während der Saison 2007 beschäftigten wir gut 10 Mitarbeiter, auch 2008 werden wir wieder erheblich mehr Saisonpersonal im Lager und Versand benötigen.

Wie bekommen Sie neue Besucher in den Shop?

Schwerpunkte der Neukundengewinnung sind momentan die textbezogene Online-Werbung, also vor allem Google Adwords sowie gezielte Werbung über Preisvergleichsseiten bzw. Shoppingportale. Hier ist unser wichtigster Partner Pangora. Daneben schalten wir während der Saison kleinere Anzeigen in überregionalen Qualitätszeitungen. Natürlich versuchen wir auch, uns mit Suchmaschinenoptimierung gut bei den wichtigen Suchmaschinen zu platzieren. Aktuell arbeiten wir auch verstärkt am Thema Gewinnspiele, z.B. in Kooperation mit auflagenstarken Medien und Markenherstellern aus produktfremden Segmenten. Hier muss sich indes erst noch erweisen, wie erfolgreich dieses Projekt wird.

Haben Sie Tipps für andere Shopbetreiber?

Vertrauen ist meiner Ansicht nach mindestens so wichtig, wenn nicht wichtiger als der beste Preis. Wir merken das immer wieder bei der telefonischen oder der Email-Beratung. Unsere Käufer weisen sortimentsbedingt ein höheres Alter und tendenziell weniger Erfahrung als der Durchschnittsonlinekäufer auf. So gibt es z.B. immer wieder Kunden, die sich für die nächsten Jahre eine Gartenmöbelgarnitur für etliche hundert oder tausend Euro kaufen möchten, zuvor aber noch nie im Internet eingekauft haben. Wenn diese Kunden bei uns kaufen und gar noch per Vorkasse bezahlen, so zeigt uns dies, wie wichtig das Thema Vertrauen ist.

Wo informieren Sie sich zum Thema Online-Shopping?

Hin und wieder stöbere ich in Foren und Blogs oder besuche den einen oder anderen Kongress. Meist verhalte ich mich hier aber passiv, bzw. fange das Stöbern erst an, wenn ich durch einen Newsletter oder einen Artikel in einer Zeitschrift darauf aufmerksam wurde.

In welchem Shop kaufen Sie persönlich am liebsten ein?

Ich habe keinen "Lieblingsshop". Am ehesten kaufe ich Tickets online oder lade mir Lieder herunter. Am meisten kaufe ich wohl bei Amazon ein, allerdings kaum Bücher – die hole ich mir am liebsten inkl. Tipps beim Buchhändler um die Ecke.

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