

Online-Shop mit Gründungsjahr 1890 - Interview mit profibag.de

✘ Eine Firma, die im Online Handel tätig ist und eine Firmengeschichte von mehr als 100 Jahren vorweisen kann, wird sich zu Recht als Ausnahmeerscheinung bezeichnen können. Bereits in der vierten Generation betreibt das Familienunternehmen den Handel mit Lederwaren.

Lesen Sie mehr zu diesem Thema im ausführlichen Interview mit Peter Röhner von profibag.de

Was ist das Besondere an Ihrem Shop?

Wir sind ein Unternehmen mit besonders langer Tradition. Wenn bei Vertragsabschlüssen das Gründungsjahr der Firma eingegeben werden muss, streiken in der Regel die Computer oder es gibt verwunderte Nachfragen. Unsere Firma besteht seit dem Jahre 1890 und hat eine bewegte Geschichte hinter sich. Eine so lange Tradition eines existierenden Unternehmen stellt in der Deutschen Unternehmenslandschaft eine Ausnahme und Besonderheit dar. Die Idee unseres Online-Shops ist, Produkte aus dem Bereich Lederwaren in hoher Qualität und zu vernünftigen Preisen auch über das Internet anzubieten.

Wie sind Sie zum Shopbetreiber geworden?

✘ Wir sind laufend auf der Suche nach Tendenzen und Entwicklungen im Bereich unseres Unternehmensumfeldes. Zudem sind technische Lösungen für uns immer interessant gewesen. Wir hatten beispielsweise bereits ein Warenwirtschaftssystem für unsere stationären Filialen, als viele unserer Händlerkollegen noch nicht so recht wussten, was denn das eigentlich ist. Somit lag nahe, sich frühzeitig mit dem Thema Internet zu beschäftigen. Dies geschah zunächst in Form einer einfachen Internetpräsenz, später dann mit dem Shop.

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

Unser Unternehmen führe ich bereits seit dem Jahre 1991. Die Entwicklung zu einem kleineren Filialunternehmen und die anschließende Erweiterung in Sachen Handel im Internet habe ich selbst dabei maßgeblich umgesetzt. Und davor kam nur die Ausbildungszeit.

Welches Shopsystem nutzen Sie?

Wir nutzen XT Commerce, was aber nicht die erste Shopsoftware für uns darstellt, vielleicht auch nicht die letzte. Vorher arbeiteten wir mit dem dp-Shopsystem, mit welchem wir im letzten Jahr an die Grenzen der möglichen Entwicklung gekommen sind und uns neu orientieren mussten. Ich bin sehr froh, einen „technischen Profi“ für die Programmierung beauftragt zu haben, da für diese Aufgaben oft hoch spezialisierte Kenntnisse unbedingt erforderlich sind, wenn es richtig werden soll.

Welche Zahlungssysteme bieten Sie jetzt an? Sind Sie hiermit zufrieden oder planen Sie in Zukunft weitere?

Unsere Kunden bezahlen per Vorkasse, per Nachnahme, per Kreditkarte und mit Paypal. Wir planen, weiterhin die Zahlungsweise „Sofortüberweisung“ einzuführen.

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

Wir unterhalten ein Gästebuch und freuen uns, dass dort sehr viele recht positive Meldungen zu finden sind. Außerdem wurden wir durch **Trusted-Shops** zertifiziert. Unsere lange Firmengeschichte hilft ebenfalls, als vertrauenswürdiger Partner aufzutreten.

Gibt es technische Besonderheiten, auf die Sie stolz sind?

In unserer Branche ist es wichtig, die Artikel, welche oftmals mit gleicher Artikelnummer in unterschiedlichen Farben angeboten werden, auch von den Beständen bzw. Lieferzeiten entsprechend unterschiedlich darstellen zu können. Unser technischer Partner, Herr Meyer von micon Internet, hat diese Aufgabe hervorragend umgesetzt. Weiterhin sind wir sehr froh, zunächst für unsere stationären Filialen ein hervorragendes Warenwirtschafts-System nutzen zu können, was in dieser Hinsicht für uns speziell hergestellt und angepasst wurde. Der Vorteil: Uns steht damit ein Werkzeug zur Verfügung, das genau den Anforderungen entspricht, die für uns wichtig sind. Somit mussten wir zB. keine Software-Module kaufen, die wir gar nicht benötigen und vermissen zum anderen auch keine der spezielleren Funktionen, die für unseren Shop wesentlich sind. Mittlerweile

ist diese Software, hergestellt von www.smi-systemhaus.com bei etlichen Handelsunternehmen in Anwendung und wird ständig weiter ausgebaut. Wir freuen uns, über die Zusage von SMI, unseren Internet-Shop im Laufe der kommenden Zeit an das WWS anzudocken, bzw das WWS für den Online-Shop speziell nach unseren Gedanken und Vorgaben aufzubauen. Schon heute sind wir sicher, dass damit eine hervorragende Lösung für uns zur Verfügung stehen wird. An dieser Stelle möchte ich behaupten, dass wir ohne die Serviceleistung dieses Unternehmens heute in Sachen Hard-und Software nicht dort wären, wo wir jetzt sind.

Spielt eBay eine Rolle für Sie?

Wir haben kurzzeitig über Ebay gehandelt, arbeiten heute jedoch nicht mehr auf dieser Plattform. Wir halten uns auch hier alle Möglichkeiten offen.

Haben Sie auch ein klassisches Ladengeschäft?

Wie bereits oben geschildert, haben wir 5 klassische Filialen. Die Zusammenarbeit, besonders im Bereich Warenbestand, funktioniert hervorragend.



Seit wann gibt es Ihren Online-Shop?

In Anfängen seit 2004, verstärkt und mit mehr Engagement seit Mitte/Ende 2006.

Betreiben Sie den Shop haupt- oder nebenberuflich?

Ich selbst bin Inhaber der Firma und arbeite hauptberuflich daran, gelegentlich auch „mehr als wünschenswert wäre“. Unser Unternehmen hat ca. 15 Mitarbeiter.

Planen Sie Neueinstellungen für das Jahr 2008?

Die Entwicklung wird zeigen, was zukünftig nötig sein wird. Wir sind darauf bestens vorbereitet.

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

Hierzu sind in den bereits beantworteten Fragen wichtige Hinweise enthalten. Die Aufgaben Wegdesign und Programmierung übernimmt unser Partner, die gesamte Abwicklung des Tagesgeschäftes, wie Lagerhaltung, Bestell-Verwaltung, Kundenbetreuung usw. geschieht komplett in unserem Hause.

Wie bekommen Sie neue Besucher in den Shop?

Der Bereich Suchmaschinen-Optimierung, Werbung über Produktsuchmaschinen und allgemeine Internet-Werbung spielt hierbei eine zentrale Rolle. Überregionale Print-Werbung ist bis jetzt für uns kein Thema. Allerdings haben wir in Sachen Kunden-Neugewinnung noch viel Arbeit vor uns und halten diese Frage für eines der zentralen Vorhaben der nächsten Monate.

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

Sicherlich. Es gibt bei derart vielschichtigen und komplizierten Aufgaben wie der Entwicklung und dem Betreiben eines Internet-Shops immer auch Probleme, die nicht sofort perfekt gelöst werden können. Wer dies nicht zugibt, ist nicht ehrlich. Ich erinnere mich z.B. an ein paar vermeintlich interessante Kreditkarten-Bestellungen aus dem Ausland, die sich im nachhinein als Betrügereien entpuppt haben. Somit gilt: Lehrgeld gehört immer mit dazu, wenn man jedoch daraus lernt, bekommt man auch diese Probleme in den Griff.

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

Hier spielt das angebotene Sortiment eine große Rolle. Es ist sehr wichtig zu wissen, welche Bedürfnisse die Kunden in dem entsprechenden Branchenbereich haben und wie man sein Angebot positionieren kann. Wem es gelingt, hier den Nerv der Kunden zu treffen, der kann durchaus Erfolg haben.

Hatten Sie in der Vergangenheit Probleme mit Abmahnungen?

Auch wir haben schon das Wort Abmahnung auf an uns adressierter Post lesen müssen. Allerdings sind wir immer bemüht, alle gesetzlichen Anforderungen soweit wie möglich zu erfüllen.

Haben Sie Tipps für andere Shopbetreiber?

Wenn man bei Handelskollegen nach Meinungen über den Internet-Handel fragt, hört man sehr oft Gedanken, die diesen Geschäftszweig als eine wahre Geldgrube darstellen. Hierzu aus meiner Erfahrung: Bitte nicht glauben! Das ist falsch! Es gab in den letzten 2 Jahren genügend Momente, in denen ich diesen Geschäftszweig wieder aufgeben wollte. Man benötigt eine kräftige Portion

Durchhaltevermögen, Belastbarkeit, Willenskraft und nicht zuletzt Geld, um auf dem Parkett Internet-Handel erfolgreich bestehen zu können. Für das „schnelle Reichwerden“ ist die Lotto-Methode möglicherweise besser geeignet. Weiterhin bin ich der Meinung, dass ein stationäres Ladengeschäft leichter und schneller eröffnet ist, als ein professioneller Internet-Shop. Weiterhin gilt: Die Frage, „Was will der Kunde?“, ist noch immer die wichtigste Frage, um deren Beantwortung sich von der Planung, Realisierung eines Shops, bis hin zum Tagesgeschäft alles drehen sollte. Immer wieder ist hierbei auch die Frage nach der Benutzerfreundlichkeit des eigenen Shops kritisch zu prüfen.

Woran arbeiten Sie zur Zeit?

Hierzu wurde weiter oben ebenfalls bereits einiges gesagt. Momentan kommen wir mit unseren zur Verfügung stehenden Lagerflächen -ein Schmuckhändler würde wahrscheinlich einen Großteil seines Warebestandes in einem einzigen von uns angebotenen Produkt locker unterbringen können- nicht mehr zurecht. Der Umzug in ein neues Lager wird vorbereitet.

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

Noch nicht.

Wo informieren Sie sich zum Thema Online-Shopping?

Wir informieren uns hauptsächlich im Medium Internet selbst. Die Themen für weitere Gedanken zur Entwicklung unseres Shops sind hierbei aufgeteilt: Technische Themen und Fragen werden von unserem Technik Partner eroriert, in Sachen Branche, Anwendungen usw. recherchieren wir selbst im Untenehmen.

In welchem Shop kaufen Sie persönlich am liebsten ein?

Privater Einkauf ist in den meisten Fällen glücklicherweise nicht meine Aufgabe. Hierbei freue ich mich, dass meine Frau für uns diese Dinge realisiert. Sie zählt allerdings nicht zu den Kunden, auf die sich speziell die Internet-Händler freuen...

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