

Das Hobby zum Beruf gemacht - Interview mit bergfreunde.de

 Martin und Swantje Theben hatten als begeisterte Kletterer bereits viel Erfahrung mit den entsprechenden Ausrüstungsgegenständen und so haben sie seit 2006 ihr Hobby zum Beruf gemacht und bergfreunde.de gegründet. Die Erfahrungen, die beide als Unternehmens- und PR- Berater gesammelt haben, waren dabei ebenfalls sehr hilfreich.

So sind ein schöner Shop und ein aktueller Blog zum Thema Klettern entstanden.

Was ist das Besondere an Ihrem Shop?

Bei Bergfreunde.de dreht sich alles um Klettern, Bergsport und Outdoor. Einen Schwerpunkt des Sortiments bildet dabei die Ausrüstung und Bekleidung für alle Facetten des Klettersports: Sportklettern, Bouldern, Slacklining - in diesem Bereich bieten wir von großen Marken bis hin zu kleineren Szenelabels alles an.

Wie sind Sie zum Shopbetreiber geworden?

Vom Hobby zum Beruf: Als passionierte Kletterer hatten wir während und nach unserem Studium die Idee für Bergfreunde.de, haben dann den Businessplan geschrieben und sind gestartet.

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

Martin Theben: VWL-Studium, Mitarbeiter bei einer Unternehmensberatung

Swantje Theben: Diplom-Soziologin, PR-Beraterin

Welches Shopsystem nutzen Sie?

Wir nutzen das bekannte Shopsystem von Oxid als Basis. Die Professional-Edition haben wir nach eigenen Vorstellungen und Bedürfnissen angepasst.

Welche Zahlungssysteme bieten Sie jetzt an?

Aktuell bieten wir Bankeinzug, Vorkasse, Nachnahme, Paypal und bei Stammkunden Rechnungsbuchung an. Im laufenden Quartal soll als weitere Zahlungsmethode die Kreditkartenzahlung integriert werden.

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

Wir setzen auf ein professionelles Design und leicht verständliche, eindeutige Informationen im Bestellablauf. Natürlich bieten wir einen sicheren und rechtskonformen Einkauf - dies haben wir uns jetzt von Trusted-Shops bestätigen lassen. Des Weiteren haben wir einen gut erreichbaren, freundlichen und informativen Kundenservice und bemühen uns um die Einhaltung der angegebenen Lieferzeiten.

Spielt eBay eine Rolle für Sie?

Ebay spielt für uns keine Rolle.

Haben Sie auch ein klassisches Ladengeschäft?

Wir betreiben ein kleines Ladengeschäft. Die Zusammenarbeit mit dem Shop läuft unproblematisch.

Seit wann gibt es Ihren Online-Shop?

Wir sind im Juni 2006 online gegangen, also vor ziemlich genau zwei Jahren.



Betreiben Sie den Shop haupt- oder nebenberuflich?

Hauptberuflich. Wir haben 12 feste Mitarbeiter/innen und etwa 10 Aushilfen und studentische Mitarbeiter/innen.

Planen Sie Neueinstellungen für das Jahr 2008?

Ja, aktuell suchen wir Mitarbeiter/innen im Bereich Online-Marketing und Kundenservice.

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

Im Bereich Programmierung, Inkasso und Webdesign arbeiten wir mit externen Dienstleistern. Je komplexer das Thema, desto schwieriger gestaltet sich die Zusammenarbeit. Im Bereich Inkasso mit standardisierten Abläufen ist es unproblematisch, die Programmierung stellt die größte Herausforderung dar.

Wie bekommen Sie neue Besucher in den Shop?

Wir versuchen alle Kanäle von Suchmaschinenoptimierung, Suchmaschinenmarketing, klassischem On- und Offline-Marketing sowie Sponsoring und andere Werbeformen zu nutzen. Unser Tipp ist, ein passendes Werbekonzept zu entwickeln und möglichst alle Werbeformen und Kampagnen aufeinander abzustimmen. Ein wichtiger Baustein für uns ist das Affiliate-Marketing, deshalb haben wir uns für ein eigenes **Partnerprogramm** entschieden.

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

Die gibt es wohl immer... Wir mussten vor allem lernen, dass viele Dinge sehr viel mehr Zeit in Anspruch nehmen als geplant. Gerade wenn man auf Dienstleister angewiesen ist, hat man das Tempo nicht immer in der Hand. Manchmal sind allerdings auch Kleinigkeiten aufwändiger als gedacht, so haben wir beispielsweise bis dato keine automatische Weiterleitung zu **Paypal**-Konten.

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

Insgesamt ist die Entwicklung unseres Shops sehr positiv. Ein schöner Erfolg sind die **Crocs**.

Haben Sie Tipps für andere Shopbetreiber?

Man sollte sich in allen Bereichen zumindestens Grundkenntnisse aneignen, um die Leistungen und Fähigkeiten seiner Dienstleister und Mitarbeiter bewerten zu können. Neben der Erkenntnis, dass fast alles länger braucht als geplant, haben wir gelernt, dass man zu viele gute Ideen hat, um diese alle zeitnah umsetzen zu können.

Woran arbeiten Sie zur Zeit?

Vorranging sind wir in diesem Jahr noch dabei die Prozesse auf unser Wachstum anzupassen.

Nutzen Sie schon Web 2.0 Möglichkeiten?

Wir nutzen mit unseren Artikelbewertungen Maßnahmen des Social Commerce und haben für unsere Sportler unter **team.bergfreunde.de** einen Blog gelauncht, den wir noch weiter ausbauen werden.



Wo informieren Sie sich zum Thema Online-Shopping?

Es gibt so viele lesenswerte Seiten, eBooks, Blogs und Foren im WWW, dass die Liste das Interview sprengen würde.

In welchem Shop kaufen Sie persönlich am liebsten ein?

Da sind wir nicht sehr originell: Klamotten kaufen wir bei **Frontline-Shop.de** und Bücher bei **Amazon.de**

Wenn Sie sich selbst ein Bild von diesem Shop machen möchten, finden Sie ihn hier.