

Handwerkliche Erzeugnisse aus Deutschland - Interview mit erzgebirge-palace.com

☒ Qualitativ hochwertige Volkskunst aus dem Erzgebirge an Kunden in aller Welt verkaufen, das ist das Konzept von erzgebirge-palace.com. Besonders bei den deutschen Gemeinden in den USA erfreuen sich diese Produkte großer Beliebtheit. So ist ein ansprechender Shop mit vielen tollen Artikeldarstellungen entstanden.

Interessante Tipps zum Thema SEO und internationaler Vertrieb erwarten Sie im Interview.

Was ist das Besondere an Ihrem Shop?

Wir verfügen über eines der größten Sortimente an Erzgebirgischer Volkskunst von 10 unterschiedlichen Herstellern. Insgesamt handelt es sich um ca. 4000 Artikel. Damit das Ganze für die Kunden übersichtlich bleibt, haben wir viele komfortable Eingrenz- und Suchmöglichkeiten für die Kunden geschaffen. Bei fast allen Artikeln kann der Kunde mehrere Bilder betrachten, um eine genaue Vorstellung zu bekommen. Für die Zukunft sind auch Videos zu diversen Produkten z.B. für Weihnachtspyramiden geplant.

Wie sind Sie zum Shopbetreiber geworden?

Die Erzgebirgische Volkskunst ist ein sehr hochwertiges handwerkliches Erzeugnis aus Deutschland, welches sich in der ganzen Welt großer Beliebtheit erfreut. Da wir auch am Exportgeschäft interessiert sind, bietet sich ein großer Kundenkreis.

☒ **Was haben Sie beruflich gemacht haben, bevor Sie Shopbetreiber wurden?**

Ich war vorher in unterschiedlichen Positionen im Vertrieb beschäftigt.

Welches Shopsystem nutzen Sie?

Wir nutzen XT Commerce und haben aber viele Programmierstunden in die Verbesserung und Abstimmung des Systems auf unsere Bedürfnisse verwendet.

Welche Zahlungssysteme bieten Sie jetzt an?

Als Payment-Provider nutzen wir ipayment. Über ipayment werden Lastschriften eingezogen und Kreditkartentransaktionen abgewickelt. Darüber hinaus können Kunden auch mit Paypal, Vorkasse und per Nachnahme bezahlen. Zur Prüfung der Lastschriften haben wir einen weiteren Service der Firma InterCard zwischengeschaltet. Dort werden die Kontodaten vorab gegen verschiedene Datenbanken auf ihre Richtigkeit überprüft. In Kürze werden wir zusätzlich noch Moneybookers als Zahlungsmöglichkeit einführen.

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

Wir bieten sehr viele Informationen rund um die Produkte und wickeln Kundenanfragen immer sehr schnell ab. Unsere Kunden können uns auch über eine telefonische Hotline erreichen.

Gibt es technische Besonderheiten, auf die Sie stolz sind?

Unser selbstprogrammiertes Warenwirtschaftsmodul für XT Commerce ist eine unverzichtbare Erleichterung.

Spielt eBay eine Rolle für Sie?

Momentan nicht. Eventuell ist etwas für das Weihnachtsgeschäft 2008 geplant.

Seit wann gibt es Ihren Online-Shop?

Der Erzgebirge Palast wurde im Jahre 2006 eröffnet.

Betreiben Sie den Shop haupt- oder nebenberuflich?

Zwei der Gesellschafter betreiben das Geschäft nebenberuflich, ein Gesellschafter hauptberuflich. In

Abhängigkeit vom Aufkommen, haben wir im Weihnachtsgeschäft bis zu 3 Mitarbeiter.

Planen Sie Neueinstellungen für das Jahr 2008?

Momentan sind keine weiteren Neueinstellungen geplant.



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

Der Prozess wird komplett von uns abgewickelt.

Wie bekommen Sie neue Besucher in den Shop?

Zum einen schalten wir Google Adwords Anzeigen und zum anderen legen wir großen Wert auf Suchmaschinenoptimierung. Dadurch sind wir relativ schnell bei den wichtigsten Keywords in die Top 10 bei Google gekommen. Für das Exportgeschäft haben wir diverse Banner auf Webseiten von deutschen Communities in den USA geschaltet. Darüber hinaus gibt es auch einige interessante Newsletter, über die wir vorwiegend im Weihnachtsgeschäft werben.

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

Die gab es natürlich auch. Insbesondere die Shopsoftware XT-Commerce hat sich in vielen Bereichen als unausgereift und unflexibel erwiesen. Wir haben in den Bereichen Warenwirtschaft und Produktdatenbank einige eigene Module programmieren müssen, damit das System unseren Vorstellungen entspricht.

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

Der Export in die USA hat sich sehr gut entwickelt und unsere Erwartungen - trotz des schwierigen Dollarkurses - weit übertroffen.

Hatten Sie in der Vergangenheit Probleme mit Abmahnungen?

Nein, bisher glücklicherweise nicht.

Haben Sie Tipps für andere Shopbetreiber?

SEO, SEO, SEO - Es gibt keine Möglichkeit, um auf Dauer mehr Geld einzusparen und dabei mehr Besucher zu bekommen. Wobei natürlich zunächst die Analyse das Wichtigste ist, also „nach was genau suchen die Kunden?“ Hierbei eignet sich Google Adwords auch hervorragend als Marktforschungsinstrument.

Woran arbeiten Sie zur Zeit?

Wir sind ständig damit beschäftigt unsere Projekte zu verbessern. Dazu zählen u.a. neue Produkte, Verbesserung der Informationen für die Kunden und die optische Darstellung im Shop. Darüber hinaus haben wir mit einem großen Hersteller Deutscher Handwerkskunst eine Kooperation geschlossen und werden im Jahr 2009 einen exklusiven Onlineshop für die Artikel dieses Herstellers einrichten.

Nutzen Sie schon Web 2.0 Möglichkeiten?

Nicht beim Erzgebirge Palast. Wir nutzen Web 2.0 Möglichkeiten bei anderen Projekten.

Wo informieren Sie sich zum Thema Online-Shopping?

Wir lesen regelmäßig in diversen Foren wie im offiziellen XTC-Supportforum, aber auch in anderen Communities wie z.B. Ecombase. Der shoppbetreiber-blog ist auch sehr hilfreich. Unser SEO-Fachmann liest täglich bis zu 20 englischsprachige Blogs per RSS-Feed. Hierdurch wird sichergestellt, dass wir up-to-date bleiben.

In welchem Shop kaufen Sie persönlich am liebsten ein?

Amazon, ganz klar! In den Bereichen Lieferzeit, Kundenservice und insbesondere bei Rücksendungen ist Amazon den meisten Konkurrenten um Längen voraus.

Wenn Sie sich selbst ein Bild von diesem Shop machen möchten, finden Sie ihn hier oder im Shopprofil bei Trusted Shops.