

Gambio: Shopsoftware für Einsteiger und Profis

✖ Nach dem Motto "alles so einfach wie möglich" stellt Gambio Einsteigern und langjährigen Online-Shopbetreibern eine komplette Shopsoftware Lösung zur Verfügung. Ohne Programmierkenntnisse kann hier ein komplexer Shop entwickelt werden – und das auf der Basis der aktuellsten Suchmaschinen und Usability Standards.

Lesen Sie mehr über Gambio im Interview mit den Geschäftsführern Nonito Capuno und Daniel Schnadt!

Bitte beschreiben Sie Ihr Produkt in drei Sätzen!

Das können wir sogar in einem Wort: Einfach. Dabei heißt „einfach“ nicht, dass mit unserer Gambio Shopsoftware nur Einsteiger arbeiten, auch langjährige Onlineshop-Betreiber finden alles, was sie suchen. Einfach bedeutet viel mehr, dass wir uns bei aller Funktionstiefe immer zuerst um einfache Bedienbarkeit kümmern. Es bedeutet genauso, dass die Bezahlung einfach ist, da keine laufenden Kosten anfallen. Und es bedeutet, dass wir mit unserem Support gerne da weiterhelfen, wo mal etwas klemmt. Das verstehen wir unter guter Shopsoftware.

Was sind die Highlights Ihrer Shopsoftware?

Wir verfolgen zwei Ansätze bei der Entwicklung der Shopsoftware:

Erstens bietet Gambio einen extrem großen inhaltlichen Umfang. Das bedeutet, alle wichtigen Funktionen sind bereits von Haus aus an Bord. Wer den Shop hat, muss nicht mehr Module und Funktionen suchen und nachinstallieren. Gerade bei Suchmaschinenoptimierung und Benutzerfreundlichkeit bietet die Software alles, was man braucht. Unserer Meinung nach sind dies zwei extrem wichtige Bereiche, welche jedoch oft sträflich vernachlässigt werden. Insbesondere das Thema SEO zieht sich bei Gambio durch den ganzen Shop.

Zweitens wollen wir alles so einfach wie möglich halten. Das bedeutet, dass die Shopsoftware ohne Einschränkungen komplett ohne Programmierkenntnisse zu installieren und zu bedienen ist. Auch jemand, der noch keinen Online-Shop betrieben hat, kommt damit klar, ohne auf Funktionen verzichten zu müssen. Der Profi kann direkt das volle Potenzial der Software ausschöpfen, der Neuling erstellt sich Schritt für Schritt den Shop nach seinen Vorstellungen. Im Idealfall wächst dann der Shop mit den Anforderungen des Shopbetreibers.

Ein besonders Highlight gerade für kleinere Shops, die vielleicht noch keine Agentur mit einem kompletten Shoplayout beauftragen wollen, ist übrigens unser StyleEdit. Ohne auch nur eine Datei bearbeiten zu müssen, kann der Shopbetreiber seinen Shop in einem Bearbeitungsmodus laden. Er klickt dann einfach ein beliebiges Element an und kann so direkt im Browser Farben und Hintergründe verändern, Bilder hoch laden oder Menüboxen verschieben. In wenigen Minuten ist so ein eigenes Design erzeugt. Ehrlich gesagt waren wir selber etwas überrascht, was einige Kunden nur mittels StyleEdits geschafft haben. Da mussten wir selber zweimal schauen, ob es sich wirklich um einen Gambio-Shop handelte.



Seit wann bieten Sie Ihre Shopsoftware an?

Unsere Gambio Shopsoftware gibt es jetzt seit fünf Jahren. Dass es eines Tages mal über 6.000 Installationen geben würde, davon haben wir damals nicht einmal geträumt. Denn eigentlich war die Entwicklung eine Lösung für ein Startup, das eine performante und gleichzeitig einfach zu bedienende Shoplösung benötigte. Da wir nach langer Suche schlicht nichts fanden, das beides miteinander verbindet, haben wir uns selbst an die Arbeit gemacht. Übrigens: Das Startup ist inzwischen auch eine bekannte deutsche E-Commerce-Marke.

Wieviele Mitarbeiter beschäftigen sich mit der Weiterentwicklung der Shopsoftware?

Das wechselt immer wieder. Wir haben ein Kernteam aus langjährigen Mitarbeitern, und jedes Jahr kommen weitere Programmierer mit dazu. Mit einem Produkt und der Zahl der Installationen wächst ja auch der Anspruch der Kunden, und dem möchten wir mit unserem Team auch gerecht werden. Wir suchen immer gute Leute, gerade für die Entwicklungsabteilung.



Bieten Sie weitere Softwareprodukte an?

Wir von Gambio machen "nur" E-Commerce, denn damit kennen wir uns aus. Als Unternehmen sollte man bei seiner Kernkompetenz bleiben, und mit der haben wir ja auch genug zu tun. Gleichzeitig arbeiten wir mit einem Netzwerk an Partnern sehr eng zusammen, so dass wir unseren Kunden die passende Lösung für nahezu alle relevanten Bereiche anbieten können.

Bei der Entwicklung von Schnittstellen sind wir sehr aktiv, so gibt es inzwischen eine Vielzahl eigener oder extern angebotener Schnittstellen zu Warenwirtschaftssystemen, Preissuchmaschinen, Marktplätzen wie eBay, Tracking oder auch Statistiklösungen. Auch Individuallösungen sind natürlich durch uns realisierbar, denn gerade für größere Shops gibt es häufig keine Lösung "von der Stange".

Welche Rolle spielt das Thema Sicherheit in Ihrer Shopsoftware?

Sicherheit ist die Grundlage eines jeden Shops und damit natürlich ein Dauerthema bei uns. Unter Sicherheit verstehen wir zwei Dinge:

Zum einen Sicherheit der Software für Kunden und Betreiber. Das sollte klar sein, die Sicherheit ist aber leider bei vielen Unternehmen nur am ersten Tag wirklich gegeben: Denn häufiger als die Shopsoftware an sich, ist es oft ein schlampig gewarteter Server oder eine schlecht programmierte Drittsoftware, die Schuld an Sicherheitsproblemen ist.

Ein anderes Thema, an das man nicht sofort denkt, ist der bestmögliche Schutz des Shopbetreibers vor Abmahnungen. Deshalb arbeiten wir auch mit Trusted Shops zusammen und geben unser Bestes, die Shopsoftware von Haus aus bereits der jeweils gängigen Rechtsprechung anzupassen.

Welche Rolle spielt das Thema Usability in Ihrer Shopsoftware?

Wie schon eingangs erwähnt, steht das Wort "einfach" im übertragenen Sinne bei uns in jeder Zeile Code. Nichts ist ärgerlicher, als wenn der oft mühsam auf die Seite gebrachte Kunde nur deshalb nicht kauft, weil der Bestellvorgang zu kompliziert ist oder weil er das Produkt nicht findet, oder, oder, oder. Die Liste können viele Shopbetreiber beliebig verlängern. Aber bleiben wir mal beim Bestellen: Eines der größten Probleme sind Kaufabbrüche während des Bestellvorgangs. Eine häufige Ursache dafür ist, dass der Kunde während des Bestellvorgang verunsichert oder abgelenkt wird.



Bei Gambio wird der Bestellvorgang deshalb besonders übersichtlich, so kurz wie möglich, aber so ausführlich wie nötig dargestellt. Alle Shopinhalte, die den Kunden möglicherweise ablenken könnten, werden automatisch abgedunkelt und sind nicht mehr anklickbar. Nur die relevanten Informationen die direkt zum Bestellvorgang gehören werden entsprechend hervorgehoben. Dies hat zur Folge, dass der Kunde zwar nach wie vor weiß, dass er im Shop ist, was gerade bei der Eingabe von sensiblen Daten wichtig ist, er aber im Bestellvorgang nicht unnötig abgelenkt oder verunsichert wird. Dies ist aber nur eines von vielen Themen, denn Usability ist ein Thema, welches sich durch den ganzen Shop ziehen sollte. Wir sind da sehr konsequent, aber auch bei der laufenden und zukünftigen Weiterentwicklung wird dies eines der Schwerpunktthemen sein.

Welche Rolle spielt das Thema Suchmaschinenoptimierung in Ihrer Shopsoftware?

Suchmaschinenoptimierung ist tägliches Brot, oder sollte es zumindest sein. Daher sind wir auch immer dabei, die Shopsoftware zu optimieren. So wurde die aktuelle Shopversion Gambio GX zusammen mit externen SEO-Spezialisten konsequent technisch und inhaltlich optimiert. Dazu gehört zum einen, dass das kleine SEO 1×1 durchgehend zur Anwendung kommt, aber auch, dass eine oder andere speziellerer Feature in Gambio bereits standardmäßig an Bord ist, das woanders erst nachinstalliert werden muss.

Das sind zum Beispiel frei gestaltbare Klartext-URLs, ein konsequent tabellenfreies XHTML-Template, wie auch selbständiges Verwalten und Anlegen von Meta-Tags sowie Sitemap Generator inkl. Ping für Google, Yahoo und MSN Live Search. Dazu ziehen sich diverse Kleinigkeiten durch den gesamten Shop, wie die Vergabe von suchmaschinenfreundlichen Artikelbild-Namen, konsequente Verwendung von H-Tags, Alt- und Title-Tags für Bilder und vieles, vieles mehr.

Welches sind Ihre Top-Referenzshops?

Ich hoffe, jetzt wird kein unerwählter Kunde traurig sein, es fällt halt schwer, wenige

herauszupicken. Wir haben inzwischen zahlreiche sehr große Shops, eine Vielzahl extrem schicker Shops und auch einige Shops mit extrem aufwendigem Backend oder anderen Spezialfunktionen.

Einige interessante Shops, auf die wir stolz sind:

MAN Truck und Bus Deutschland GmbH eine 100% Tochter der MAN AG mit über 160 Service Betrieben in Deutschland. Dieser Shop dient zum Verkauf von Original MAN und Neoplan Ersatzteilen sowie Werbeartikeln von NEOPLAN und MAN.

Brille24 GmbH Deutschlands marktführender Online-Brillen-Versand mit extrem aufwendiger Online-Brillen-Anprobe.

Beautyplaza ist ein Shop für ausgesuchte Kosmetik und Düfte für jeden Geldbeutel. Dieser Shop ist ein tolles Beispiel dafür, dass man auch ohne großen Aufwand einen sehr ansprechenden Onlineshop erstellen kann.

Woran arbeiten Sie zur Zeit? Was sind Ihre weiteren Pläne?

Wir arbeiten immer auf mehreren Feldern parallel: Das sind zum einen die Grundlagen Usability, Sicherheit und natürlich Suchmaschinen-Optimierung, die immer wichtig sind. Gleichzeitig entstehen ständig neue Programme und Funktionen, sodass auch Schnittstellen neu entwickelt oder erweitert werden müssen. In Zukunft wird es neben dem Tagesgeschäft immer weitere branchenspezifische Lösungen geben. So benötigt ein Shop im Textilhandel andere Funktionen als ein Shop für Gartenartikel. Für viele Kunden haben wir bereits individuelle Lösungen entwickelt. Dies werden wir in Zukunft weiter ausweiten.

Was denken Sie über den deutschen Markt der Shoplösungen? Wie stehen Sie zu den Open-Source Entwicklungen?

Deutschland ist bei Shoplösungen sehr gut aufgestellt, und das unabhängig davon, ob für Marktführer oder Einsteiger. Hinter den weltweit bekanntesten Lösungen stehen oft deutsche Unternehmen, das spricht für sich. Das gilt auch für OpenSource, ein Markt, in dem wir mit Gambio ja selbst aktiv sind und den wir auch ganz genau beobachten. Und hier bröckelt leider die deutsche Beteiligung: die Weiterentwicklung in den vergangenen Jahren haben einige Unternehmen schlicht verschlafen, so dass sich besonders im OpenSource-Bereich zwar im letzten Jahr viel getan hat, leider kommen viele der neuen und teilweise vielversprechenden Lösungen inzwischen aber aus dem Ausland.

Das bedeutet aber nicht, dass wir jedem neuen Feature hinterher rennen müssen. Das sehe ich ganz konservativ: Ein Shopkonzept ist nur dann wirklich erfolgreich, wenn es Umsatz macht. In Zukunft werden wir sehen, welcher Anbieter mit welchem Geschäftsmodell auf Dauer besteht. Bei Gambio haben wir von Anfang an darauf gesetzt, unsere Kunden mit einem guten Produkt anstatt mit aufwendigen Marketing-Kampagnen zu überzeugen.

Das Thema Shopsoftware sollte man ganz pragmatisch betrachten: Wir liefern unseren Shopbetreibern ein Werkzeug zum Verkaufen. Wir kümmern uns darum, dass dieses Werkzeug den aktuellen technischen Standards entspricht und tun alles, damit der Shopbetreiber damit bestmögliche Ergebnisse erzielt – heute und morgen! Damit sind wir in der Vergangenheit gut gefahren und auch für die Zukunft bin ich da sehr zuversichtlich, denn auch im Internet wird ehrliche und gute Arbeit auf Dauer belohnt.

Wo informieren Sie sich selbst zum Thema Online-Shopping?

Da gibt es in Deutschland eine ganze Reihe guter Informationsmöglichkeiten. Ich persönlich bekomme neben Blogs, Foren und Portalen auch eine Menge Rückmeldung direkt von Internet-Unternehmern. Wir pflegen viele gute Kontakte zu E-Commerce-Experten, was ja in unserem Job nicht ausbleibt, und hören auch sehr genau hin, was uns unsere Kunden im Support melden. Das ist unser Mix, mit dem wir uns und natürlich auch unsere Kunden auf dem neuesten Stand halten.

Mein persönlicher Tipp im Augenblick ist Twitter, ein Kommunikationsweg, der sehr interessant zu werden verspricht, da man sehr schnell Feedback erhält. Ich bin mir sicher, dass wir in diesem Jahr noch viel darüber hören werden.

Mehr Informationen zur Shopsoftware erhalten Sie auf www.gambio.de.