

Entscheidend ist, das Unternehmen skalierbar zu halten - Interview mit buerostuhl24

✖ Bei Bürostuhl24 erwartet den Kunden ein sehr umfassendes Angebot. Hier kann man sich über einen Konfigurator ein komplettes Büro gestalten und dann gleich online bestellen. Insbesondere das attraktive Warenangebot, der entsprechende Marketing-Mix und die schnelle Lieferbarkeit, tragen zum Erfolg dieses Shops bei.

Im Interview mit Jürgen Huber erfahren Sie mehr zum Thema.

Was ist das Besondere an Ihrem Shop?

Unsere Kunden finden bei Buerostuhl24 als Bürostuhl-Spezialist die wohl breiteste Auswahl an sofort lieferbaren Bürostühlen im Lande. Zudem haben wir eine Vielzahl günstiger Schreibtische und PC-Tische und Bürostühle für das Home Office im Sortiment. Das neue Highlight ist ein Konfigurator für gewerbliche Büromöbel. Unsere Shop-User können nun aus mehreren tausend Einzelkomponenten komfortabel per Mausklick Ihre Bürolandschaft zusammenstellen. Das fertige Büro kann innerhalb von 3 Tagen ausgeliefert werden. Unsere Idee war es von Anfang an, uns einen Namen als Spezialist für Bürostühle zu machen. Das Ziel ist, in diesem Segment das attraktivste Sortiment am Markt anbieten zu können, sowohl für die Produktauswahl, wie in Sachen Preisgestaltung. Darüber hinaus wollen wir in unserem schnellen Zeitalter unsere Kunden nicht warten lassen und halten genug Ware vor, so dass alle im Shop angezeigten Artikel sofort in den Versand gehen können.

Welches Shopsystem nutzen Sie?

Wir arbeiten mit Mauve System3. Da wir recht konkrete Vorstellungen von unserem Auftritt haben, haben wir das gesamte Layout und etliche Teile in der Funktionalität für uns angepasst. Der Vorteil bei diesem System liegt unter anderem darin, nicht selbst hosten zu müssen.

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

Ein wesentlicher Bestandteil unserer Geschäfts-Philosophie ist es, dem Kunden den schnellstmöglichen Lieferservice zu bieten. Wir nehmen unseren Firmennamen Buerostuhl24 wörtlich und liefern alle Artikel bis 15:00 am Bestelltage aus, so dass die Anlieferung beim Kunden oft sogar in weniger als 24 Stunden erfolgt. Wir setzen seit einigen Wochen mit gutem Erfolg auch den Trusted Shops Käuferschutz ein. Ein entscheidendes Element zur Kundenbindung ist jedoch die telefonische Erreichbarkeit mit einem entsprechenden freundlichen und kundenorientierten Support. Das Gleiche gilt natürlich auch für den Email-Verkehr.

Welche Zahlungssysteme bieten Sie an?

Wir bieten derzeit neben Vorkasse und Nachnahme auch die Bezahlungsmöglichkeit mit sämtlichen, üblichen Kreditkarten an. Rege genutzt werden auch Paypal und Sofortüberweisung.de. In Kürze nehmen wir auf Wunsch unserer Kunden auch Click&Buy dazu. Ich denke, damit ist das Spektrum weitgehend abgedeckt. Wenn unsere Kunden in Zukunft weitere Varianten wünschen sollten, werden wir diese kurzfristig einbauen. Wir sind im Prinzip mit allen Varianten zufrieden, beobachten jedoch einen Trend zu den schnelleren Zahlungsarten wie Sofortüberweisung.de oder Kreditkarte. Dies zeigt, dass unsere Kunden unser Potenzial der sofortigen Lieferbarkeit aller angebotenen Artikel gerne annehmen.

Gibt es technische Besonderheiten, auf die Sie stolz sind?

Wir haben mittlerweile etwa 700 3D-Fotos von unseren Bürostühlen und Schreibtischen angefertigt. Das kommt beim Kunden unheimlich gut an, da es die Möglichkeit bietet, die Ware fast noch genauer „unter die Lupe“ zu nehmen als beim Kauf im Ladengeschäft.

Welche Rolle spielt Ebay für Sie?

Ebay war im Jahre 2003 unser Einstieg ins B2C Online-Geschäft. Zunächst verkauften wir sogar ausschließlich über Ebay. Im Lauf der Jahre haben zusätzliche Vertriebskanäle wie z.B. Amazon und natürlich der eigene Web-Shop an Bedeutung gewonnen. Dennoch haben wir im Gegensatz zu einigen Kollegen nach wie vor Freude am Vertrieb über diese Plattform. Schade ist, dass man bei

Ebay erst sehr spät erkannt hat, welche Bedürfnisse gewerbliche Verkäufer haben. Die Rückgänge bei Ebay sind folgerichtig und letztendlich hausgemacht, denn der permanente Anstieg der Gebühren ohne eine entsprechend verbesserte Gegenleistung hat viele „Powerseller“ vergrault. Aus Tradition fühlen wir uns Ebay jedoch verbunden und hoffen, dass die jüngsten Maßnahmen greifen und Ebay sowohl den Händlern als auch den Kunden wieder mehr Freude bereitet.

Betreiben Sie den Shop haupt- oder nebenberuflich?

Als wir 2003 starteten, wurde der Onlinehandel nebenbei zum klassischen Großhandel betrieben. Heute beschäftigen wir im Kundenservice, Second Level Support und Shop-Administration 11 Mitarbeiter.

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

Seit einiger Zeit arbeiten wir mit einem Logistik-Dienstleister, der immer größere Teile unserer Lagerhaltung und des Gesamt-Fulfilments übernimmt. Wir sind deshalb in der Lage, uns vermehrt um den Vertrieb und Weiterentwicklungen zu kümmern. Die Zusammenarbeit mit externen Dienstleistern braucht jedoch eine längere Periode der gegenseitigen Anpassung. Wenn man sich einmal dafür entschieden hat, braucht man ein wenig Durchhaltevermögen. Webdesign, Marketing, Inkasso und Customer-Support bleiben jedoch in eigener Hand.

Wie bekommen Sie neue Besucher in den Shop?

Wir betreiben „Multi-Channel-Marketing“, das heißt wir bieten unser Produktportfolio über Plattformen wie Ebay oder Amazon an, sowie über Preissuchmaschinen. Auch die Suchmaschinen wie Google (Adwords) oder Yahoo spielen eine Rolle. Das Suchverhalten der Internet-User ist jedoch einem ständigen Wechsel unterworfen, so dass man hier laufend „am Ball“ bleiben sollte.



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

Im Zuge unseres Wachstums mussten wir fast im Halbjahres-Rhythmus mit dem Lager umziehen, was immer mit unnötigen Kosten und Reibungsverlusten einher geht. Nun haben wir uns für eine externe Lager-Lösung entschieden. Das erhöht die Flexibilität ungemein.

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

Zunächst überraschte uns das Potenzial, das Ebay in den Anfangsjahren bot. Sehr erfreulich ist auch der allgemeine, positive Trend des Onlinehandels.

Hatten Sie in der Vergangenheit bereits Probleme mit Abmahnungen?

Ja, auch wir waren von Massen-Abmahnern und unseriösen Abmahn-Vereinen betroffen. Eine der unangenehmen Entwicklungen der E-Commerce Branche. Ich hätte es nicht für möglich gehalten, dass man früher oder später gezwungen sein würde, als etablierter Online-Händler nicht mehr ohne Fachanwalt leben zu können. Die Rechtsprechung in Deutschland muss hier dringend angepasst werden. Es kann einfach nicht sein, dass sich unseriöse Anwälte und Shopbetreiber auf diese Weise bereichern und dies auch noch vom Gesetz geschützt wird. Zum Glück scheint sich die Lage jedoch in jüngster Zeit beruhigt zu haben.

Welche Tipps haben Sie für andere Shopbetreiber?

Ein pauschales Erfolgsrezept gibt es wohl nicht. Ich denke, der Schlüssel zum Erfolg liegt in der gelungenen Kombination aus einem attraktiven Warenangebot und einem der Größe des Shops angepassten Marketing-Mix. Da die wenigsten Shopbetreiber beim Start-Up mit einem Investor oder einem massiven Startkapital gesegnet sind, muss man zunächst eine Marktlücke lokalisieren, in der man besonderes Know-How oder bestehende Geschäftskontakte hat. Für den Einstieg empfehlen sich nach wie vor Ebay oder auch Amazon. Wenn die Produkte dort Erfolg haben, kann man in einen Shop und das entsprechende Marketing investieren. Grundsätzlich entscheidend ist es, das Unternehmen skalierbar zu halten. Die E-Commerce Branche ist extrem dynamisch. Entsprechend muss man die Kosten für das aktuelle Setup bei Wachstum genauso schnell anpassen können, wie bei Misserfolg. Es gibt einfach keine Garantie dafür, dass ein Rezept, das heute gut funktioniert, auch in drei oder fünf Jahren noch Früchte bringt.

Nutzen Sie Web 2.0 Möglichkeiten?

Ja, wir setzen bereits Shop-Bewertungen und die üblichen Bookmarks-Netzwerke ein. Auch die bekannten Shopping Plattformen wie Ciao, Idealo usw. spielen bei uns eine Rolle. Produktbewertungen gewinnen ebenfalls an Bedeutung und wir arbeiten bereits an der Umsetzung. Ferner haben wir jüngst ein objektives Shop-Bewertungs-System implementiert, welches von unseren Käufern schon rege genutzt wird.

Wo informieren Sie sich zum Thema Online-Shopping?

Ich tausche mich rege mit Kollegen und guten Freunden aus der Branche aus. Erfahrungen und ehrliche Meinungen aus erster Hand sind sehr sehr wertvoll. Darüber hinaus lese ich gerne branchenbezogene Magazine und habe einige Shopbetreiber Newsletter abonniert.

Machen Sie sich selbst ein Bild von diesem Shop unter www.buerostuhl24.com oder besuchen Sie das Trusted Shops Shopprofil.