Der Preis ist nicht alles – Interview mit hundeshop.de

Der Hundeshop wird mittlerweile mit 30 Mitarbeitern betrieben und das Sortiment umfasst alles, was Hund und Hundehalter an Zubehör benötigen. Dabei hat man sich hier insbesondere auf Nischenprodukte spezialisiert, die so nicht im Zoohandel und in Discountern zu finden sind.

Erfahren Sie mehr zum Thema im Interview mit Heidi Spieth.

Beschreiben Sie kurz Ihren Shop?

in unserem Online-Shop vertreiben wir Artikel für Hund & Outdoor. Unser Sortiment unterscheidet sich stark von fast allen Wettbewerbern, weil unser Schwerpunkt ganz eindeutig auf der, wie wir es nennen, Hardware liegt. Damit ist ein breites Spektrum an Zubehör für Mensch und Hund gemeint. Fast alle Wettbewerber machen einen großen Teil Ihres Umsatzes mit Hundefutter Snacks etc.. Mit unserem Angebot grenzen wir uns von Discountern und Zoohandel ab und bieten unseren Kunden ein emotionales, auf Hund und Hundehalter abgestimmtes Sortiment. Dabei spielen Nischenprodukte, die man nicht an jeder Ecke findet, eine zentrale Rolle.

Seit wann gibt es Ihren Online-Shop?
Unser Shop ging im Januar 2003 erstmals online.

Wieviele Mitarbeiter haben Sie zur Zeit?
Ich bin davon überzeugt, dass der nebenberufliche Start eine gute Sache ist. Um jedoch langfristig erfolgreich zu sein und den Kunden zu bieten, was sie zu Recht erwarten, ist ein nebenberuflich geführter Online-Shop nur eine vorübergehende Option. Deshalb betreiben wir den Hundeshop hauptberuflich. Zur Zeit beschäftigen wir 30 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Haben Sie auch ein klassisches Ladengeschäft?
Das hatten wir vorübergehend. Es hat sich aber gezeigt, dass ein Ladenlokal zusätzliche Ressourcen bindet und die Logistik bei getrenntem Lager und Ladenlokal eine echte Herausforderung ist. Deshalb haben wir heute ganz klassisch alles unter einem Dach, Versandlager, Einkauf, Marketing, Serviceteam und einen Lagerverkauf.

Für die Kunden, die den Lagerverkauf besuchen, ist es ganz spannend zu sehen, wie ein Online-Shop hinter den Kulissen funktioniert, denn wir haben die Aufteilung bewusst transparent gestaltet. Wenn Kunden unseren Lagerverkauf besuchen und die vielen Versandpakete sehen, dann ist das eine deutliche Message: hier bestellen so viele, hier bin ich richtig.

Welches Shopsystem nutzen Sie?
Nachdem wir in der Startphase verschiedene Shopsysteme online hatten, haben wir einen Programmierer eingestellt, der unseren Shop nach unseren Vorstellungen programmiert hat und permanent weiter entwickelt. Gemessen an Open Source und anderen mittlerweile guten und günstigen Lösungen war dieser Weg natürlich sehr viel aufwendiger und auch teurer. Die eigene Programmierung hat einige Vor- und Nachteile, das würde hier aber zu weit führen. Insgesamt war diese Entscheidung für uns richtig.

Auf welche technischen Besonderheiten Ihres Shops sind Sie besonders stolz?
Z.B. auf die von Amazon bekannte „mit einem Klick kaufen Funktion“, bei der der Kunde nur eingeloggt sein muss und dann mit einem Klick kaufen kann, ohne weitere Angaben machen zu müssen. Ansonsten verzichten wir ganz bewusst zugunsten einer klaren Struktur und Übersichtlichkeit auf sog. Gimmiks und Animationen. Umso mehr Wert legen wir auf ausführliche Produktbeschreibungen und gute Grafiken.

Welche Rolle spielen Online-Marktplätze wie Ebay oder Amazon-Marketplace für Sie?
Keine besondere, denn das Verkaufen über den eigenen Online-Shop ist doch in jeder Hinsicht viel interessanter. Wir haben die Dinge halt gerne selbst in der Hand und möchten unser Angebot nicht vornehmlich auf den Preis reduziert wissen, wie das bei fast allen Marktplätzen der Fall ist.

Natürlich ist ein attraktiver Preis ein wichtiges Kaufkriterium, aber für alles Andere lassen eBay und Co. zu wenig Raum. Außerdem eröffnen die eingesparten Gebühren Möglichkeiten, die man im eigenen Shop sehr gut nutzen kann.

Was tun Sie, um das Vertrauen Ihrer Kunden zu gewinnen und zu erhalten?
Wir haben uns sehr früh für das Trusted Shops Siegel entschieden und beim Prozess der Zertifizierung unseren Shop an gesetzliche Vorgaben und Kundenbedürfnisse angepasst. Mittlerweile wissen unsere Kunden sehr genau, warum sie bei uns kaufen und uns vertrauen. Das Siegel hilft uns nach wie vor bei Kunden, die uns noch nicht kennen.
Und mit der Geld zurück Garantie kann man ja auch werblich etwas machen. Für uns hört die Kundengewinnung nicht mit dem Klick auf den Bestellbutton auf, sondern sie beginnt dort erst.

Welche Prozesse Ihres Shops haben Sie an Dienstleister abgegeben?
Nur das Inkasso, weil Dinge die kurze Wege und schnelle Entscheidungen erfordern im eigenen Haus am besten aufgehoben sind.

Welche Marketing-Kanäle setzen Sie zur Neukundengewinnung ein?
Wir nutzen Google Adwords und legen jeder Bestellung unseren gedruckten Katalog bei. Der macht unser Unternehmen greifbarer, animiert zu einer weiteren positiven Erfahrung durch eine erneute Bestellung und wird unter Hundefreunden gerne weitergegeben. Weil Hundefans gut organisiert sind und Ausstellungen und Wettbewerbe besuchen, können auf unserer Homepage diverse Sponsoring Pakete gebucht werden.

Ein weiterer Tipp wäre:
Empfehlungsmarketing funktioniert nach wie vor auf klassischem Wege – Mund-zu-Mund – auch bei Online-Shops. Man muss also nicht zaubern können, die Welt neu erfinden oder viel Geld für Werbung ausgeben. Eine sehr schnelle und saubere Abwicklung, Kundenservice und kulante Reklamationsbearbeitung sind eine solide Basis, außerdem sehr viel nachhaltiger und kosten vergleichsweise wenig. Des weiteren bieten wir ein eigenes Partner Programm – Affiliate – an, allerdings ohne einen externen Dienstleister.

Wie binden Sie Bestandskunden an Ihren Shop?
Das ist ganz einfach, zufriedene Kunden kommen selbstverständlich wieder und teilen das auch anderen gerne mit. Wenn das Sortiment und das Angebot, optimal auf die Kundenwünsche abgestimmt sind, dann ist schon sehr viel gewonnen. Des weiteren haben wir die Erfahrung gemacht, dass eine hohe Frequenz an Sonderangeboten und Neuheiten dazu animiert unsere Website oft zu besuchen. Unser permanent überdurchschnittliches Wachstum zeigt, dass man sehr viel mehr gar nicht braucht.

Welchen Stellenwert hat das Web2.0 in Ihrer Marketing-Strategie?
Dieses Thema ist wichtig, aber man sollte es auch nicht überbewerten. An einem eigenen Blog arbeiten wir zur Zeit und unser Bewertungssystem ist natürlich bei der Entscheidungsfindung für den Kunden sehr hilfreich.

Welche neuen Features haben Sie bereits in Ihrem Shop eingebunden?
Diese Dinge sind sehr aufwändig und müssen gut gemacht sein, sonst kann das schnell kontraproduktiv werden. Deshalb bleiben Produktvideos etc. zur Zeit den wirklich großen Online-Shops und den Händlern teurer und technischer Produkte vorbehalten.
Wichtig ist doch nicht die Technik, sondern insbesondere dem Kunden die Möglichkeit zu geben, das Produkt so gut wie möglich zu beurteilen.

Natürlich setzt ein gut gemachtes Video einen deutlichen Kaufreiz. Aber mal ganz ehrlich, welcher der mittelgroßen Händler kann das bei den immer kürzeren Produktzyklen kostendeckend und gut lösen? Es gibt für uns mehr als genügend andere Herausforderungen, die Priorität haben und gemeistert werden wollen.

Hatten Sie in der Vergangenheit bereits Probleme mit Abmahnungen?
Bevor wir das Trusted Shops Siegel hatten, ja.

Welche Tipps haben Sie für andere Shopbetreiber?
Das Internet hat die Mechanismen der Kaufentscheidung nicht verändert, nur das Medium ist ein anderes. Deshalb ist mein Tipp für andere Shopbetreiber eigentlich ein Alter Hut, aber in Zeiten des Web 2.0 aktueller denn je: Man kann nicht allen Trends und Neuerungen des Internet hinterher jagen ohne den Kunden aus den Augen zu verlieren.
Es gibt von Service über Usability bis Vertrauen 1.000 Dinge die man gut oder schlecht machen kann. Deshalb ist die Konzentration auf die Basics, also unsere Kunden und deren Bedürfnisse noch immer das entscheidende Kriterium für nachhaltigen Erfolg.

Erst wenn alle Basics, wie Sortiment, Präsentation, Backoffice, Lagerwirtschaft uvm. stimmen, rundet ein attraktiver Preis das Gesamtpaket ab. Es gibt unendlich viele Möglichkeiten, einen Webshop kreativ zu gestalten. Die schnöde Einstellung nur der Günstigste sein zu müssen, ist zu kurz gedacht. Auch wenn uns von günstiger bis billiger.de täglich eine andere Sichtweise suggeriert wird, unsere Kunden sehen das anders.

Machen Sie sich selbst ein Bild von diesem Shop unter hundeshop.de oder im Shopprofil bei Trusted Shops.