

Vom Werksverkauf zum erfolgreichen Shop - Interview mit Instantino

☒ Anfang 2003 als reiner „Nebenbei“-Werksverkauf der Uelzena eG gestartet, einem der größten Hersteller am Markt für Instantgetränkpulver, hat der Vertriebskanal Online-Shop zunehmend an Bedeutung gewonnen und mittlerweile wurde das Angebot auch um ergänzende Sortimente anderer Anbieter erweitert und ausgebaut.

Erfahren Sie mehr zum Thema im Interview mit Anja Brand.

Beschreiben Sie kurz Ihren Shop.

Bei instantino.de findet man die im Netz wohl breiteste Auswahl an Instantgetränkpulvern. Das Sortiment gliedert sich in die drei Kategorien: Genuss, Erfrischung und Sport. Jede Kategorie bietet eine Vielzahl an Produkten verschiedener Hersteller und namhafter Marken. Ob Cappuccino, Kakao, Latte Macchiato, verschiedene Fruchtsaftgetränke oder isotonische Sportgetränke – da ist für jeden etwas dabei. Die Auswahl wird kontinuierlich erweitert und an die Bedürfnisse der Kunden angepasst. Unterschiedliche Zahlungsarten, beste telefonische Erreichbarkeit und schneller Versand gehören auch zum guten Service.

Seit wann gibt es Ihren Online-Shop?

Unter der eigens kreierte Marke Instantino.de und mit dem breiten Sortiment sind wir mit unserem Online-Shop im August 2007 online gegangen, davor waren wir schon seit Januar 2003 mit einem kleineren Angebot am Start.

Betreiben Sie den Shop haupt- oder nebenberuflich?

Instantino.de wird von der Uelzena eG gemeinsam mit der Mi4 GmbH professionell betrieben und wächst kontinuierlich.

Haben Sie auch ein klassisches Ladengeschäft?

Nein, ein klassisches Ladengeschäft haben wir nicht. Wir verkaufen unsere Produkte über den Großhandel und unseren Online-Shop.

Welches Shopsystem nutzen Sie?

Wir nutzen das Shop-System epages merchant pro. In Zusammenarbeit mit einer zertifizierten epages Agentur und einer Agentur für Online-Marketing haben wir die epages Shopsoftware an unsere Bedürfnisse angepasst und natürlich auch das Design selbst bestimmt.

Auf welche technischen Besonderheiten Ihres Shops sind Sie besonders stolz?

Wir haben uns auf eine kundenfreundliche Bedienbarkeit, informative Inhalte und besten Kundenservice konzentriert. Technische Besonderheiten haben dabei keine größere Rolle gespielt.

☒

Welche Rolle spielen Online-Marktplätze wie Ebay oder Amazon-Marketplace für Sie?

Bislang eigentlich keine. Viele Kunden müssen sich erst noch daran gewöhnen, Instant-Getränke bzw. Lebensmittel online zu kaufen. In der näheren Zukunft könnten aber auch die genannten Marktplätze zum Vertriebskonzept gehören.

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

Gute Erreichbarkeit und schneller, verläSSLicher Versand sind das A und O. Natürlich sind auch beste Produktqualität und sichere Bezahlungssysteme unerlässlich. Mit Kundenbefragungen und daraus folgenden Sortimentserweiterungen oder Shop-Verbesserungen runden wir die Maßnahmen zur Vertrauensgewinnung ab.

Welche Prozesse Ihres Shops haben Sie an Dienstleister abgegeben?

Webdesign, technische Umsetzung und Online-Marketing wird durch spezialisierte Dienstleister erledigt. Der eigentliche Vertrieb und die Logistik läuft bei uns direkt. Eine Aufgabenteilung, die sich bewährt hat.

Welche Marketing-Kanäle setzen Sie zur Neukundengewinnung ein?

Zur Neukundengewinnung setzen wir verschiedene Maßnahmen ein. Neben Suchmaschinenmarketing und der Nutzung von Produktportalen setzen wir beispielsweise auch auf das Trusted Shops Siegel. So haben auch Kunden, die bisher noch nicht bei uns bestellt haben, Vertrauen zu unserem Shop.

Auch ein Partnerprogramm, Newsletter-Marketing, Paketbeileger mit Gutscheinen und Maßnahmen zur Suchmaschinenoptimierung gehören zum Marketing dazu.

Wie binden Sie Bestandskunden an Ihren Shop?

An unsere Bestandskunden versenden wir monatlich einen Newsletter. Neben tollen Produktangeboten und Rezepten rund um das Thema Instantgetränke enthält dieser auch immer aktuelle Infos zu einem bestimmten Thema. Außerdem bieten wir unseren Kunden sehr guten Service und natürlich immer erstklassige Produkte.

Auch spezielle Angebote oder ein Gutschein gehören bei den Bestandskunden dazu.

Welchen Stellenwert hat das Web2.0 in Ihrer Marketing-Strategie?

Bisher nutzen wir noch keine Web2.0 Instrumente in unserem Shop. Wir behalten die aktuellen Entwicklungen jedoch immer im Auge und planen demnächst z.B., Produktbewertungen einzuführen.

Welche neuen Features haben Sie bereits in Ihrem Shop eingebunden?

3D-Produktdarstellungen oder Produktvideos stehen recht weit oben auf der Liste.

Hatten Sie in der Vergangenheit bereits Probleme mit Abmahnungen?

Bislang zum Glück nicht. Das liegt auch daran, dass wir sehr bemüht darum sind, Gesetzesänderungen bereits im Vorfeld umzusetzen und uns konsequent über aktuelle Entwicklungen informieren.

Welche Tipps haben Sie für andere Shopbetreiber?

Nach unserer Erfahrung steht der User/Kunde im Mittelpunkt. Wenn man ihn auch zu Wort kommen lässt, kann man vieles lernen und sich wenig Erfolg versprechende Maßnahmen oftmals ersparen. Der Dialog mit unseren Kunden spielt daher eine wichtige Rolle!

Wo informieren Sie sich selbst zum Thema Online-Shopping?

Über entsprechende Fachzeitschriften, Blogs, Websites oder Newsletter. Es gibt sehr viele Quellen, für spezielle Themen helfen auch Alerts oder Feeds.

Machen Sie sich selbst ein Bild unter [instantino.de](https://www.instantino.de) oder besuchen Sie das [Trusted Shops](https://www.trustedshops.com) Shopprofil dieses Shops.