

# "Vertrauen ist eine Summe aus vielen Faktoren" - Interview mit misterlinse.de

✘ Bei misterlinse.de findet der Kunde, wie schon der Name sagt, alles rund um das Thema Kontaktlinsen. Besonders wichtig ist den Betreibern die Usability des Shops sowie die fachkundige Beratung des Kunden durch das erfahrene Optikerteam. In Punkto Marketing setzt man hier auch hier auf Affiliate, SEM und SEO.

**Erfahren Sie von Geschäftsführer Sven Häwel mehr über misterlinse.de.**

## **Was ist das Besondere an Ihrem Shop?**

Mehrere Dinge sind an Mister Linse besonders. Zuerst einmal haben wir hohen Wert auf eine gute Usability gelegt. Hierzu gehört das anspruchsvolle und aufgeräumte Design und die dynamische Navigation. Diese blendet nur relevante Navigationszweige ein.

Weiterhin haben wir bei Mister Linse Wert auf werthaltige Produktinformation gelegt. Zu jeder Kontaktlinse gibt es ausführliche Informationen von unserem Optikerteam. Des Weiteren werden passende Zusatzprodukte, wie z.B: Pflegemittel, vorgestellt.

Der gesamte Kaufprozess wurde nach Gründen der Usability und Effizienz programmiert. Kunden sollen mit möglichst wenig Aufwand ihren Kauf durchführen. Hinter allem steckt die Idee, einen **WebShop für Kontaktlinsen** zu etablieren, in dem es dem Käufer Spaß macht einzukaufen und in den er gerne wiederkehrt, um Folgekäufe durchzuführen.

## **Welches Shopsystem nutzen Sie?**

Das Portal [www.misterlinse.de](http://www.misterlinse.de) ist eine Eigenentwicklung. Wir haben im Vorfeld typische Shopsysteme wie Oxid, Magento und weitere evaluiert und sind dann zu dem Schluss gekommen, dass wir für die zukünftige Expansion mit einem eigenen System einfach deutlich mehr Freiheitsgrade haben.

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

Vertrauen ist eine Summe aus vielen Faktoren. Zunächst vermitteln wir ganz einfach Vertrauen über die seriöse und wertige Erscheinung des Online-Shops und das hohe Maß an Usability im Shop.

Weiterhin gewinnen wir das Vertrauen der Käufer über das Anbieten der gängigen Zahlarten, das Trusted Shops Gütesiegel und Partnerschaften mit DHL und DPD, die unsere Warenauslieferung übernehmen. Und zu guter Letzt ist es uns sehr wichtig, persönlich mit unserem erfahrenen Optikerteam Rede und Antwort zu stehen für die Fragen unserer User.

## **Gibt es technische Besonderheiten, auf die Sie stolz sind?**

Die technische Besonderheit eines Online-Shops für Kontaktlinsen ist für uns das konsequente Reduzieren, das Fokussieren auf das Wesentliche. Es gilt, dem User die wesentlichen Funktionen und Informationen an die Hand zu geben, nicht mehr. Dazu gehört vor allem die dynamische Navigation, bei der der User auf der Navigationsebene „Bausch & Lomb“ nur noch Produkte dieses Anbieters und eine auf Bausch und Lomb zugeschnittene Unternavigation erhält.

Alle anderen Navigationsbereiche werden ausgeblendet, da sie defokussieren. Ein weiteres Ziel ist die Schaffung eines performanten Webservices. Die Geschwindigkeit der Seitenauslieferung ist von hoher Priorität, weswegen wir uns für eine PHP-basierte Lösung entschieden.



## **Welche Rolle spielt Ebay für Sie?**

Ebay ist ein Teil der Marketingwerkzeuge, die wir nutzen werden, aber schlussendlich möchten wir die Käufer auf unserem Portal haben.

### **Betreiben Sie den Shop haupt- oder nebenberuflich?**

Die Mister Linse GmbH als Betreiber der Website ist eine Gesellschaft, zu der Optik Ferstl, die Agentur Digitale Produkte und die Beteiligungsgesellschaft von Urs Keller gehören. Für alle gehört die Mister Linse zu einem Kernprodukt, das gemeinsam betrieben wird.

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

Ja. Wir haben das Billing über iPayment und Concardis gelöst. Diese Lösung läuft sehr stabil und das Anprogrammieren an unser eigenes System ging reibungslos. Für die Lagerverwaltung und die Schnittstelle in die Logistik haben wir uns für Pixi entschieden. Hier sehen wir die besten Skalierungsoptionen. Wir haben mit allen Partnern die richtige Wahl getroffen.

### **Wie bekommen Sie neue Besucher in den Shop?**

Eine Grundregel im Online Marketing lautet. "Schaffst Du es mit Google, schaffst Du es auch mit Anderen". Wir werden also mit Google Adwords beginnen und dann die Marketingaktivitäten erhöhen. Hierbei werden wir die klassischen Disziplinen Affiliate, SEM und SEO besetzen und zu gegebener Zeit auch Display-Kampagnen starten.

Danach werden wir Shoppingportals unsere Angebote zu Verfügung stellen. Und vielleicht werden wir auch White Label Shops für andere Portale bereit stellen.

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

In jedem Projekt gibt es Fehlplanungen und -einschätzungen. Was wir unterschätzt haben, ist der Aufwand, der sich hinter einem Webportal verbirgt. Das beginnt bei der Einbindung der Zahlungspartner, der Logistiksoftware und geht bis hin zu Klebeband und Paketen im Look von Mister Linse.

Den Shop selbst haben wir in 4-6 Wochen startklar gehabt, die anderen Prozesse, die nicht in unserer Hand lagen, waren zum Teil mit wochenlangen Wartezeiten verknüpft. Mein Tipp daher an Alle, die einen Shop planen: Fangen Sie mit den Dingen an, die Sie nicht beeinflussen können und danach mit denen, die Sie selbst lösen können.

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

Eigentlich ist das Faszinierende, dass man in dem Moment, in dem man die Entscheidung trifft, einen Kontaktlinsen-Shop zu bauen, seine Gedanken auf genau dieses Thema fokussiert und dann zwangsläufig Dutzende tolle Ideen zu Tage gefördert werden. Und wir sind ja noch im Pre-Live Stadium...

### **Hatten Sie in der Vergangenheit bereits Probleme mit Abmahnungen?**

Ja, gerade mit unserem Flaggschiff im Reisebereich [www.urlaubswerk.de](http://www.urlaubswerk.de) haben wir seit Anfang 2010 eine kritische Reichweite erreicht, die Abmahnanwälte auf den Plan ruft. Wir haben uns entschieden, diese Herrschaften mit aller Härte zu bekämpfen und haben einen professionellen Rechtsanwalt hierfür engagiert.

Wir können allen Shopbetreibern nur raten, sich sofort in anwaltliche Obhut zu begeben und deutlich und mutig Stellung zu beziehen. Wir haben mit diesem Weg alle Abmahnungen bisher erfolgreich abgewehrt.

### **Welche Tipps haben Sie für andere Shopbetreiber?**

Selbstkritik - Pragmatismus - Kreativität. Das sind die drei Bedingungen für einen funktionierenden Online-Shop. Zuerst ist es sehr wichtig, sich zu fragen, warum man am Markt auftreten sollte und ob man wirklich eine Chance auf Erfolg hat. Jeden Tag machen Dutzende neue Webportale allein in Deutschland auf. Pragmatismus ist im Internet eine zweite wichtige Eigenschaft.

Machen Sie einen ersten Schritt zur Lösung, anstatt wochenlang Power Points zu schmieden und in Theorie zu versinken. Kreativität ist dann der Erfolgsfaktor, der unter Umständen den Kick in der Reichweite bringt. Neue Arten des Verkaufens, der Kundenbindung, des Marketings. Diese sind höchst individuell. Sie hängen von dem Produkt, der Konkurrenz und dem Eigenverständnis der Marke ab.

### **Nutzen Sie Web 2.0 Möglichkeiten?**

Das Thema Kontaktlinsen sehe ich weniger im Bereich der Produktbewertungen. Kontaktlinsenberatung gehört in erfahrene Hand. Das kann nur ein ausgebildeter Optiker leisten. Aber gerade ein Everyone´s-Produkt wie Kontaktlinsen ist sicher ein tolles Produkt für Social Media

Marketing, Viralmarketing oder Clubsysteme.

**Wo informieren Sie sich zum Thema Online-Shopping?**

Ich lese die Pflichtseiten wie Internet World, [deutsche-startups.de](http://deutsche-startups.de) und habe eine Reihe von Blogs, die ich regelmäßig besuche. Und Facebook als Plattform zum Austausch mit Freunden aus der Szene ist ein fantastisches Medium, das ich täglich nutze.

**Machen Sie sich unter [misterlinse.de](http://misterlinse.de) selbst ein Bild von diesem Shop oder besuchen Sie das Shopprofil bei Trusted Shops.**