

# "Taschen für alle Lebenslagen" - Interview mit Taschenkaufhaus.de

☒ Seit 2003 gibt es den Online-Shop Taschenkaufhaus.de und 2007 kam dann auch ein eigenes Ladengeschäft in der Leipziger Innenstadt dazu. Hier treffen Online- und Offline-Welt aufeinander, denn der Kunde kann über mehrere Terminals auch auf das Sortiment des Webshops zugreifen und sich gleichzeitig vom fachkundigen Personal beraten lassen.

**Erfahren Sie von Geschäftsführer Steffen Kilian mehr über diesen Shop.**

## **Beschreiben Sie kurz Ihren Shop?**

Bei Taschenkaufhaus.de präsentieren wir unseren Kunden unter dem Motto „Taschen für alle Lebenslagen“ stets trendige Neuheiten und stilvolle Klassiker bekannter Markenhersteller sowie ausgewählter Lifestylelabels. Dazu gehören Handtaschen, Umhängetaschen, Rucksäcke, Reisegepäck und Geldbörsen, aber auch spezielle Taschen wie Notebooktaschen, Kindertaschen, Kamerataschen, Fahrradtaschen sowie etliche Accessoires. Unsere Markenauswahl und das breit gefächerte Sortiment aus über 7.000 Artikeln zeichnen uns aus.

## **Seit wann gibt es Ihren Online-Shop?**

Die erste Tasche haben wir 2003 verschickt. Seitdem sind wir kontinuierlich gewachsen und mussten dreimal umziehen, weil die Räumlichkeiten zu klein wurden. Zurzeit freue ich mich besonders auf unser zukünftiges eigenes Firmengelände.

Kürzlich ist der Startschuss für den Bau unseres neuen Büro- und Logistikkomplexes gefallen, wo alle Unternehmensbereiche an einem Standort vereint werden sollen. Für nächstes Jahr ist der Bezug des neuen Lagers geplant, im Jahr darauf soll der Bürorumzug erfolgen.

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

Die Taschenkaufhaus GmbH ist ein inhabergeführtes Unternehmen mit derzeit 40 Mitarbeitern.

## **Haben Sie auch ein klassisches Ladengeschäft?**

2007 haben wir in der Leipziger Innenstadt ein Ladengeschäft eröffnet, wo wir auf 330 Quadratmetern einen Teil unseres Onlinesortiments präsentieren und unsere Kunden vor Ort fachkundig beraten.



Wenn die passende Tasche in der gewünschten Größe oder Farbe einmal nicht vorrätig ist, bieten wir einen besonderen Service an. An mehreren Internetterminals können unsere Kunden, unterstützt durch unser Personal, auf das Sortiment unseres Online-Shops zugreifen.



Dann haben sie die Möglichkeit, sich den Artikel ins Geschäft oder gleich nach Hause liefern zu lassen. Diese Kombination aus Online- und stationärem Handel und das damit verbundene erweiterte Angebot wird von unseren Leipziger Kunden sehr geschätzt.

## **Welches Shopsystem nutzen Sie?**

Wir arbeiten seit Anfang an mit einer Eigenentwicklung, die permanent ausgebaut wird. Das hat den Vorteil, dass wir über ein auf unsere Prozesse und Anforderungen optimal zugeschnittenes Shopsystem verfügen.

## **Auf welche technischen Besonderheiten Ihres Shops sind Sie besonders stolz?**

Wir haben eine spezielle Anwendung entwickelt, die Shopbesuchern helfen soll, sich in der Fülle unseres Angebots zurechtzufinden. Im Normalfall suchen Kunden nicht zielgenau nach einer bestimmten Tasche, sondern haben nur eine ungefähre Vorstellung, was ihnen gefallen könnte.

Wenn sie sich für einen bestimmten Artikel interessieren, zeigen wir ihnen gleichzeitig ähnliche Produkte an. Im Hintergrund berechnen wir auf Basis einer Vielzahl von in unserer Warenwirtschaft

hinterlegten Produkteigenschaften weitere Produkte, die dem aktuell betrachteten Produkt zum Beispiel in Größe, Form oder Ausstattung ähnlich sind.

Auf diese Weise können sich Kunden durch unser Sortiment führen lassen, um am Ende die perfekte Tasche für sich zu finden. Das ist bei so einem speziellen Artikel wie einer Tasche sinnvoller als eine Funktion à la „Andere Kunden kauften auch“. Die Anwendung ist inspiriert vom derzeit viel besprochenen Prinzip der Visual Search.



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

Wir sehen uns als eigenständigen Markenshop und möchten unser Image als der Taschenanbieter im Internet ausbauen, daher sind das für uns keine Verkaufsoptionen.

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

Bester Service, schnelle Lieferung und höchste Kundenzufriedenheit stehen für uns an oberster Stelle. An unserer hauseigenen Kundenhotline sitzen geschulte Mitarbeiter, die bestens über unsere Produkte und Prozesse Bescheid wissen und unsere Kunden so optimal beraten können.

Daneben tragen die zügige Beantwortung von Anfragen und eine schnelle, unkomplizierte Retourenabwicklung dazu bei, dem Kunden zu vermitteln, hier wird er geschätzt und bekommt neben einer tollen neuen Tasche auch ein Komplettpaket an Service. Nicht zuletzt ist auch das Trusted Shops Gütesiegel als allgemein anerkanntes Shopsiegel ein wichtiger Baustein um das Vertrauen, besonders von Neukunden, zu gewinnen.

### **Welche Prozesse Ihres Shops haben Sie an Dienstleister abgegeben?**

Unser Anspruch ist es, möglichst alle Prozesse selbst steuern zu können, um reibungslose Abläufe zu gewährleisten. Angefangen vom Einkauf über die Produktpräsentation und Kundenkommunikation bis hin zu Logistik und After Sales Service passiert alles Inhouse. Ausgelagert ist momentan nur das Inkasso.

### **Welche Marketing-Kanäle setzen Sie zur Neukundengewinnung ein?**

Die klassischen Kanäle wie Suchmaschinenmarketing und Preissuchmaschinen nehmen einen wichtigen Stellenwert ein. Ergänzt durch Affiliate Marketing, verschiedene On- und Offlinekooperationen und Beilagentausch mit anderen Online-Shops decken wir ein breites Spektrum ab, um Neukunden zu gewinnen. Neben diesen performanceorientierten Maßnahmen achten wir auch darauf, durch Öffentlichkeitsarbeit unser Image als Marke und die Bekanntheit von Taschenkaufhaus.de auszubauen.

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

Seit April diesen Jahres sind wir bei Facebook mit einer Fanpage vertreten, wo wir bisher an die 400 Fans haben. Unser Ziel ist es, hier noch weiter zuzulegen und unsere Seite auszubauen. Obwohl es natürlich regelmäßig exklusive Aktionen und Infos über aktuelle Trends gibt, steht für uns hier nicht der kurzfristige Abverkauf im Vordergrund. Facebook ist ein idealer Weg, um die Kommunikation mit den Kunden zu intensivieren.

Daher sehen wir hier vielmehr die Chance, Kunden langfristig an unseren Shop zu binden, indem wir unser Image und die Marke Taschenkaufhaus als kompetenter Anbieter hochwertiger und trendiger Taschen mit einem am Markt einmaligen Sortiment festigen. Weitere Web2.0-Instrumente wie Blog oder Twitter sind derzeit nicht geplant.

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

Gerade in unserer Anfangszeit ist das aufgrund der oftmals nicht eindeutigen Gesetzeslage zum Fernabsatz und sich immer wieder ändernder Rechtssprechung ab und zu passiert. In letzter Zeit haben wir das Thema Abmahnungen jedoch ziemlich gut im Griff, das liegt an unserer zunehmenden Erfahrung und nicht zuletzt an der guten Beratung und Unterstützung auf diesem Gebiet von Trusted Shops.

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

 Man sollte immer überzeugt sein von dem, was man macht und mit Herzblut bei seiner Sache dabei sein. Für mich hatte nie oberste Priorität, das „schnelle Geld“ zu verdienen, lieber sollten Entscheidungen auf langfristigen Erfolg und Bestand abzielen.

Um im schnelllebigen Onlinebusiness langfristig Erfolg zu haben, müssen Kunden meiner Meinung nach spüren können, dass Menschen hinter dem Shop stehen, die Freude an ihrer Arbeit haben.

Beispielsweise zeigen wir mit unseren selbst produzierten Produktfotos und kreativen Produkttexten viel Liebe zum Detail bei unserer Produktpräsentation. Ein weiterer Erfolgsfaktor ist der Aufbau guter und partnerschaftlicher Lieferantenbeziehungen. Ein Agieren auf Augenhöhe und ein gegenseitiges Geben und Nehmen bringen beide Seiten voran.

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

Ich lese die einschlägigen Newsletter wie den von Trusted Shops, habe diverse branchenspezifische Zeitschriften abonniert, zum Beispiel die Internet World, und bewege mich natürlich intensiv selbst im Internet.

Außerdem nehme ich regelmäßig am Versandhandelsstammtisch Mitteldeutschland teil, wo ich mich mit Betreibern anderer Online-Shops aus der Region wie Ebrosia, Gustini, Lensspirit oder Spiele-Offensive austausche.

**Besuchen Sie den Online-Shop [Taschenkaufhaus.de](http://Taschenkaufhaus.de) oder werfen Sie einen Blick auf das Shopprofil bei Trusted Shops.**