

Die Gewinner beim Deutschen Versandhandelskongress 2011

☒ Eine Branchenveranstaltung wie der Deutsche Versandhandelskongress und die ihm angeschlossene Messe Mail Order World leben auch von einem Hauch von Glamour. Also feiert sich die Branche selber und ehrt Unternehmer für ihre Leistungen im Versand- und Online-Handel.

So auch in diesem Jahr.

Im Mittelpunkt des Gala-Abends am Vortag zur Eröffnung des Deutschen Versandhandelskongresses in Wiesbaden stand Detlev Louis. Der Unternehmer aus Hamburg erhielt die beiden wichtigsten Branchen-Auszeichnungen, die in Deutschland zu vergeben sind:

Zunächst wurde das Versandhaus Louis, Europas Marktführer im Bereich Bekleidung und Zubehör für Motorrad- und Rollerfahrer, mit der Auszeichnung "Versender des Jahres 2011" geehrt.

Die kontinuierliche Wachstumsstrategie der Detlev Louis GmbH schlägt sich erfolgreich in den aktuellen Zahlen nieder: Das Internet hat als Bestellweg mit 70 Prozent Anteil den Katalog mittlerweile längst überholt und der Umsatz hat sich auch Dank Filial- und internationaler Expansion in den letzten sechs Jahren verdoppelt.

Neben einer exzellenten Personalführung – viele der hochmotivierten und gut geschulten Mitarbeiter sind schon seit langen Jahren bei Louis angestellt – begeistert Louis mit einem gut durchdachten Warensortiment, einer jungen und modernen Organisation und einem hochtechnisierten Lager- und Logistikzentrum. Alle diese Aspekte spiegeln zusammen den kontinuierlichen Umsatzzuwachs und eine überzeugende Geschäftsentwicklung wider.



Die Firma beschäftigt aktuell 1.500 Mitarbeiter in Deutschland und Österreich. Neben 66 Geschäften in Deutschland und Österreich mit über 30.000 m² Verkaufsfläche wird jährlich ein Hauptkatalog (über 1.000 Seiten, Auflage 1,2 Millionen Stück) angeboten. Weiterhin gibt es monatliche Prospekte und einen Onlineshop mit 14-tägigem Email-Newsletter. Das Sortiment umfasst über 25.000 Artikel rund um den Motorradsport.

Auszeichnung für ein Lebenswerk

Danach durfte sich Detlev Louis über den Life Time Award 2011 freuen. Mit dem Preis wird die herausragende Lebensleistung Unternehmers für die Branche der Interaktiven Händler ausgezeichnet.

Als leidenschaftlicher Motorradfahrer brachte Detlev Louis die besten Voraussetzungen mit, um ein Motorradfachgeschäft erfolgreich zu führen. Schon früh entschied er, dass er sich nicht nur auf einen Verkaufskanal festlegen wollte. Neben dem Ladengeschäft setzte er auch auf den zusätzlichen Versand von Katalogen.

Auch personell kam der Erfolg nicht von ungefähr. Das Führungsteam bestehend aus Detlev Louis, seinem Kompagnon Günther Albrecht und seinem leider kürzlich verstorbenen Sohn Stephan Louis ergänzte sich perfekt. Mit dem chinesischen Sprichwort „Wenn Du nicht lächeln kannst, dann mache keinen Laden auf“ als Leitmotiv trifft Detlev Louis auch heute noch den Geist der Zeit und ist seiner Konkurrenz um Meilen voraus.

Online-Shop des Jahres: Spiel, Satz und Sieg

Ganz unerwartet kam der Erfolg nicht, als Geschäftsführer Philipp Tippkemper die Bühne betrat, um für **Tennis-Point.de** die Auszeichnung bester "Online-Shops des Jahres 2011" entgegen zunehmen. Schließlich setzt tennis-point.de in seinem Segment Maßstäbe, an denen sich die Konkurrenz messen lassen muss. Dies betrifft die Strategie, das Marketing, die Markenführung und natürlich auch den geschäftlichen Erfolg.



Dieser Preis zeigt, dass wir mit unserem Konzept das modernste Umfeld für ein entspanntes Shopperlebnis schaffen und bei unseren Kunden den richtigen Nerv treffen“, sagt Philipp Tippkemper, einer der Geschäftsführer der Tennis-Point GmbH & Co. KG.

Tennis-Point.de habe vor allem durch sein tiefes Sortiment beeindruckt, das bis ins Detail dargestellt werde. Der Nutzer könne sich mit jedem Klick zielsicher auf den thematisch gut sortierten Produktseiten bewegen. Vorbildlich sei zudem der Zugriff auf Kontaktmöglichkeiten und die Lieferung wichtiger Zusatzinformationen wie beispielsweise verfügbare Größen oder Kundenbewertungen, so die Begründung der Jury.

Weitere Auszeichnungen erhielten **Ratioform** und **Deerberg** für die besten Versandhauskataloge 2011. Der Gewinner des Sonderpreises "Multichannel" heißt **Sportscheck** mit seiner Kampagne "Wir machen Sport. Was machst du?". Der Sonderpreis TV-Commerce/Video ging an **The Whisky Store**. Die Auszeichnung für den besten Nachwuchsversender 2011 vergab der **Bundesverband des Deutschen Versandhandels (bvh)** an den Online-Skateshop **skatedeluxe.de**.