

"Haben Sie Mut zu Neuem!" - Interview mit saymo.de (Partnerangebot)

☒ Der Lebensmittel Online Handel steckt noch in den Kinderschuhen. Ein noch relativ junger Bereich im e-Commerce, den immer mehr Menschen für sich entdecken. Den Einkauf kann man einfach und bequem von zu Hause oder gar mobil von unterwegs aus erledigen und liefern lassen.

Erfahren Sie von Mohammed Mosavi mehr zum Thema Lebensmittel Online Handel.

Was ist das Besondere an Ihrem Shop?

Die Grundidee ist einfach: Unter www.saymo.de finden unsere Kunden einen riesigen Internet Supermarkt. Mit einem Sortiment von 20.000 Artikeln bieten wir ein breites und zugleich tiefes Lebensmittelsortiment an. Wir möchten unseren Kunden den Lebensmitteleinkauf möglichst einfach, schnell, komfortabel und günstig gestalten.

Hierzu bieten wir neben unserem großen Sortiment spezielle Zusatzdienste an, die einen echten Mehrwert bieten - insbesondere gegenüber dem stationären Handel, wie z. B. Rechnungskauf, Produktvideos, detaillierte Produktbeschreibungen, etc.

Warum gestaltet sich der Lebensmittel Online Handel schwierig in Deutschland?

Im Vergleich zu anderen Märkten, in denen Lebensmittel Online Handel bereits sehr gut funktioniert, wie z. B. in Großbritannien, fallen in Deutschland einige Besonderheiten auf: geringe Margen, hohe Discounterquote, starke stationäre Quality Brands, hohe Einkaufsstättendichte, strenge rechtliche Vorgaben.

Hinzu kommt, dass das Produkt Lebensmittel hohe Anforderungen an die Logistik stellt, wie z. B. Bruchgefahr, Verderblichkeit, Einhaltung der Kühlkette, etc., woraus hohe Logistikkosten resultieren. Allerdings sind wir überzeugt, dass es einen klaren Bedarf in Deutschland gibt. Es ist nur die Frage des richtigen Angebotes.

Daher haben wir uns entschlossen, Pioniere des Lebensmittel-Online-Shoppings in Deutschland zu werden. Und es funktioniert! Seitdem wir den Markteintritt gewagt haben, gewinnen wir zunehmend an Kunden und sehen uns in unserem Entschluss bekräftigt.

Welches Shopsystem nutzen Sie?

Wir nutzen das Shopsystem von plentyMarkets. Es ermöglicht einen einfachen Import von Daten, ist darüber hinaus beim Hinzufügen von Plug-Ins sehr fortschrittlich und bietet individuellen Support an. Damit haben wir eine sehr gute Software-as-a-Service Lösung zu einem guten Preis-Leistungs-Verhältnis, die etwa auch transaktionsbasierte Abrechnungen erlaubt.

Große Investitionsvolumen nur für das Shopsystem lassen sich so vermeiden. Das Kernmodul von plentyMarkets ist der Multi-Channel-Ansatz: Durch eine Vielzahl von Schnittstellen sind eine Reihe von Marktplätzen eingebunden, wie z. B. Amazon oder Ebay. Mit überschaubarem Aufwand wird uns die Möglichkeit eröffnet, neue Marktplätze zu erschließen.

Wir profitieren bereits von diesem Multi-Channel-Ansatz und bieten unser Lebensmittelsortiment neben unserem eigenen Webshop auf vielen weiteren Marktplätzen an. Da uns plentyMarkets Freiräume verschafft, können wir uns voll auf unseren Vertrieb und vor allem auf den Kundenservice konzentrieren. Eine aufwendige Programmierung war deshalb auch nicht nötig.



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

Vertrauen ist ein entscheidender Erfolgsfaktor im Lebensmittel Online Handel. Dies erreichen wir zum einen durch sehr gute Kundenbewertungen bei Trusted Shops und zum anderen durch das dazugehörige Zertifikat. Die meisten Kunden legen heutzutage Wert darauf, dass ein Online-Shop geprüft wurde bzw. dass dieser positive Bewertungen von Kunden erhalten hat.

Aber vor allem sind wir im Bereich Service sehr weit vorne. Wir wollen die Kunden nicht so lange auf Ihre Bestellungen warten lassen. Daher halten wir unseren Bestellprozess, mit der anschließenden Bearbeitung sehr schlank und haben außerdem im Bereich Logistik hervorragende Partner.

Gibt es technische Besonderheiten, auf die Sie stolz sind?

Ganz besonders stolz sind wir auf unsere Lebensmittelprodukt Datenbank „foodbase“. Wir haben uns eine Produktdatenbank aufgebaut mit sämtlichen Informationen, die für den rechtssicheren Vertrieb von Lebensmitteln über das Internet erforderlich sind. Unsere Kunden erhalten die maximale Menge an Produktinformationen.

Dadurch wird ihr subjektiv wahrgenommenes Risiko eines Fehlkaufs deutlich reduziert. Mittlerweile haben wir ein Lizenzmodell entwickelt, um die Produktdatenbank auch anderen Mitbewerbern zugänglich zu machen.

Eine weitere Neuerung bei uns im Shop, auf die wir stolz sein können, ist das Mobile Shopping. Der Launch ist hier für Mitte des ersten Quartals dieses Jahres geplant. Seit Einführung von Smartphones und Tablets wird das Mobile Shopping viel intensiver genutzt. Auch wir haben für unsere mobilen Kunden, die passenden Apps bzw. die passende Ansicht, um auch von unterwegs schnell und einfach in unserem Online-Shop unter www.saymo.de einkaufen zu können. Denn wer findet heutzutage noch die Zeit, neben Beruf und Familie, in Ruhe einzukaufen. Manch einer schafft es ja kaum, von zu Hause aus online zu bestellen. Und da setzen wir nun mit dem Mobile Shopping an.

Welche Rolle spielt Ebay für Sie?

Ebay nutzen wir als Vertriebskanal über die Schnittstelle von plentyMarkets seit den Anfängen von saymo.de. Wichtig ist es uns aus gleich mehreren Gründen: Wir erreichen damit eine breite Masse an Interessenten und die Abwicklung über ebay läuft sehr angenehm und simpel ab.

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

Im Rahmen unseres Cloud Logistics-Ansatzes ist der Fulfillment-Prozess an einen externen Dienstleister outgesourct. Die Zusammenarbeit klappt hervorragend. Unsere Kunden erhalten pünktlich und zügig ihre Artikel, ohne große Zwischenstopps, nach Hause geliefert.

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

Als wir unser Shopsystem auf plentyMarkets umstellen wollten, war das einzige Problem die Inflexibilität des alten Systems. plentyMarkets selbst ist eine sehr gute Software-as-a-Service Lösung. Aber auch diese Herausforderungen haben wir mit Erfolg gemeistert und sind heute sehr froh, dass wir den Wechsel zu plentysystems durchgeführt haben.

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

Die Blogger-Aktionen, die wir bis jetzt gestartet und durchgeführt haben, boten eine große Resonanz und damit auch neue Besucher im Online-Shop sowie neue Kunden.

Mit so einer enormen Unterstützung dabei und auch bei den Testkäufen hatten wir nicht gerechnet. Produkte in großer bzw. nicht überall erhältlicher Form wecken großes Interesse und schaffen eine riesige Fangemeinde.

Nutzen Sie schon Web 2.0 Möglichkeiten?

Auch saymo.de kann nicht mehr auf Social Media verzichten. Social Media Marketing ist ein fester Bestandteil unserer Marketingstrategie. Auf Facebook, Twitter und im eigenen Blog werden Neuigkeiten gepostet und mit den Kunden und Nutzern diskutiert. So wissen wir auch immer genau, wie unsere Kunden bestimmte Aktionen bzw. Produkte aus unserem Lebensmittel Online-Shop finden oder was unsere Kunden wünschen oder kritisieren.

Wer bestellt bei saymo.de?

Zu unseren Kunden zählen sowohl Privat- als auch Geschäftskunden. Etwa 80 % unserer Kunden sind jedoch Privatpersonen. Wenn man es noch näher betrachtet, sind es vorwiegend Frauen im Alter von 25-50 Jahren. Beliebt sind besonders außergewöhnliche Produktgrößen, die man nicht im normalen Handel erhält sowie Lebensmittel und Drogerieartikel des täglichen Bedarfs. Wir erweitern gerade unser Sortiment, sodass unsere Zielgruppen noch mehr bei uns im Lebensmittel-Online-Shop finden können.

Welche Herausforderungen ergeben sich in Bezug auf Beschaffung, Lieferung,

Lagerhaltung und Logistik?

Der Lebensmittel-Online-Handel hat mit hohen Logistikkosten sowie geringen Margen zu kämpfen. An sich eine schwierige Konstellation. Daher war unser Bestreben, unsere fixen Logistikkosten auf ein Minimum zu reduzieren und nur transaktionsbasiert Logistikkosten entstehen zu lassen.

Wir nennen das unseren „Cloud-Logistics-Ansatz“. Damit sind wir sehr erfolgreich nicht zuletzt, weil wir einen sehr guten Logistikpartner ausgewählt haben. In 2012 werden wir unser Sortiment um Kühlware erweitern, so dass unsere Kunden auch frische Waren wie z. B. Eier und Milch bestellen können.

Sie hatten zur Weihnachtszeit Sets angeboten, in denen bereits alle benötigten Produkte, enthalten waren. Wird es so etwas in Zukunft auch für andere Bereiche geben?

Ja, das kam bei unseren Kunden sehr gut an. Wir nennen das Konzept „1-Stop-Shopping“ - „Mit einem Klick liegt alles für einen bestimmten Anlass oder ein bestimmtes Gericht im Warenkorb und bereit zum Bestellen.“

Diesen Bereich werden wir in 2012 weiter ausbauen. Wenn es schnell gehen muss, man ein Rezept gefunden hat, zu dem einem die ganzen Zutaten fehlen oder man eben kein Rezept hat, kann man auf saymo.de genau das Richtige einfach und schnell finden.

Wie wird sich Ihrer Meinung nach der E-Commerce Markt für Lebensmittel in Zukunft entwickeln?

Es zeichnet sich bereits jetzt eine deutliche Nachfrage nach Lebensmitteln, die online bestellt werden können, ab. Das Angebot wird mit der wachsenden Nachfrage ebenso wachsen, was auch bedeutet, dass es weitere Lebensmittel-Online-Shops geben wird. Die Konkurrenz schläft nicht. Das ist auch gut so. Je mehr Unternehmen im Lebensmittel-Online-Handel tätig sind, umso schneller kommt das Thema in die Köpfe der Konsumenten.

So wird der Markt denen gehören, die früh genug dabei waren, den Überblick haben, die Risiken und Chancen kennen und vor allem die Bekanntheit und das Vertrauen der Kunden gewonnen haben. Dabei dürfen wir aber auch nicht vergessen, über den Tellerrand hinaus zu schauen, um eventuelle Trends anderer Branchen zu erfassen, um diese dann eventuell auf den Lebensmittel-Online-Handel anzuwenden. Was man unbedingt braucht: Mut zu Neuem!

Was macht Sie als Unternehmen aus?

Da der Online Lebensmittel Handel noch in den Kinderschuhen steckt, wir auch noch als Start-up-Unternehmen bezeichnet werden können, wachsen wir mit dem noch sehr neuartigen Nischensegment. Uns stehen noch alle Türen offen, da das Wachstumspotenzial hier noch sehr groß ist. Und doch haben wir auch bereits viele Stationen hinter uns gelassen.

Wir haben uns das Ziel gesetzt, in den nächsten Jahren einer der führenden Anbieter in dem Bereich zu bleiben und weiter zu wachsen. Wir sind hier auf einem sehr guten Weg.

Weitere Informationen zum Shop erhalten Sie unter saymo.de oder im saymo.de Profil.