

E-Mail von Altmann: Tradition im Online-Handel



Der Ausdruck "Traditions-unternehmen" gehört mittlerweile in die Kategorie "Marketing-Sprech". Daher ist es für Online-Händler wichtig, diesen Begriff mit Inhalt zu füllen: Authentizität, Liebe zu den Produkten, eine starke Marke sind solche Inhalte.

Das bedeutet Tradition für Online-Händler.


Letzte Woche bin ich von der OXID Commons zurückgekehrt und war nachhaltig von einem Gespräch besonders begeistert. Mitarbeiter von Sport Schuster aus München. Da gehört es doch tatsächlich zur Firmenphilosophie, dass im Unternehmen bayerisch gesprochen wird. Dass im Münchner Traditionshaus nur echte Sportler arbeiten dürfen, scheint dann schon fast selbstverständlich.

Das Gespräch erinnerte mich fast etwas an einen Workshop beim Sportversender Engelhorn. Ebenfalls ein Traditionsunternehmen im Sportbereich - nur eben aus Mannheim. Damals hatten wir während des Workshops Modellfotos von Langläuferinnen im Shop gefunden - ein Unding. "Modells können nicht langlaufen" meinte der Geschäftsführer und ließ die Fotos austauschen.

Sport Schuster wurde 1913 gegründet, Engelhorn sogar schon 1890. Interessant, dass man vielleicht so lange Zeit benötigt, um eine eigene Firmenkultur zu entwickeln. Ein Bewusstsein dafür was geht und was überhaupt nicht geht. Ein Verständnis für seine Zielgruppe und den Aufbau einer echten Glaubwürdigkeit. Schwer "Tradition" als Erfolgsfaktor für E-Commerce zu nennen, weil die meisten Shops ja maximal zehn Jahre alt sind. Die Erkenntnisse aus der Vergangenheit zu nutzen und konsequent weiter zu optimieren und zu entwickeln ist aber sicherlich eine Methode, um langfristig erfolgreich zu sein. "Zukunft braucht Herkunft" sagte bereits der Gründer der Bürobearbeitungsmarke Zweckform.

Es macht also durchaus Sinn über die eigene Vergangenheit nachzudenken, um daraus Schlüsse für die Zukunft zu ziehen. Wer bin ich, was sind meine Stärken, was kann der User bei mir erwarten, was ist unser Versprechen? Tradition ist die Überlieferung von Überzeugungen. Sie müssen Ihre Tradition vielleicht nicht der nächsten Generation verweben, aber in jedem Fall der nächsten Entscheidung.

Über den Autor

 Johannes Altmann ist Gründer und Geschäftsführer der Shoplupe GmbH. Er berät mit seinem Team Online-Shops wie Herrenausstatter.de, Dallmayr, Neckermann oder Strenesse. Johannes Altmann ist Dozent an der Akademie des Deutschen Buchhandels und Initiator der Branchenauszeichnung "Usability Award". Laut exciting commerce ist Johannes Altmann Deutschlands bester Shopberater.