

E-Mail von Altmann: Lieber Herbert Hainer von Adidas...

✖ seit 2001 sind Sie Chef von einem der weltgrößten Sportartikel-hersteller: Adidas. Und in der Tat, einen Erfolg kann Ihnen sicherlich auch keiner streitig machen, denn Ihr Laden rennt. Jetzt haben Sie den großen Internetstecker gezogen und wir sind zwar nicht überrascht...

...aber trotzdem etwas erschrocken.

Auf Handelsplattformen wie Amazon und ebay wollen Sie künftig nicht mehr präsent sein, weil die Produktpräsentation nicht stimmt. 211.000 Adidas-Produkte gibt es aktuell bei ebay, knapp 40.000 bei Amazon. Nehmen wir ähnliche Modelle liegen noch 5.000 Produkte bei Hitmeister, 10.000 bei Rakuten und 8.000 bei meinpaket.de und dann noch einige bei den Marktplätzen von Otto, Neckermann & Co. Wie soll das jetzt funktionieren und wie geht's weiter?

Lange haben wir es ja kommen sehen, dass Marken irgendwann aufwachen und feststellen, dass der Vertriebskanal "Internet" aus allen Fugen geflogen ist. Dass hier jeder verkauft, der irgendwie an Ware gekommen ist. Lange hat es mich persönlich gewundert, dass die Markenstrategen das Internet so übersehen haben. Von Adidas ist man Professionalität gewohnt – jetzt scheint Panik auszubrechen.

Warum fangen Sie nicht an den Vertriebskanal zu optimieren. Im stationären Fachhandel würden Sie jetzt Ihren Außendienstmitarbeiter, Regalpfleger und den Innenarchitekten losschicken und den Laden nach Ihren Bedürfnissen anpassen. Sie würden eine Erlebniswelt aufbauen, Produkte richtig platzieren, Emotionen der Marke spielen lassen. Warum machen Sie nach vorerst komplettem Desinteresse jetzt den zweiten Fehler? Internet ist doch nicht anders als das reale Leben. Als Marke bist du wo deinen Kunden sind. Ob Ihnen dann die Kaufingerstraße in München oder die Mönckebergstraße in Hamburg gefällt oder nicht – der Kunde ist da und der Kunde erwartet hier seine Lieblingsmarke.

Geht es Ihnen nur um den Preis? Klar, dann haben wir ein anderes Thema. Hat allerdings nichts mit Marktplätzen zu tun. Keine Marke will verramscht werden. 135.000 Adidas-Produkte sind derzeit bei Idealo auffindbar. Hier würde ich anfangen. Händler aussortieren, die Produkte verramschen. Warum können die überhaupt verramschen? Weil sie kein Risiko und keine Kosten haben. Und damit sind wir beim eigentlichen Problem – Ihr Deal stimmt nicht mehr. Früher musste man einen schönen Laden haben, Produkte und Personal, um zu verkaufen. Heute sehen Sie sich nicht mal die Shops an und haben zehn Jahre lang keine Wünsche und Anforderungen formuliert. Fangen Sie doch endlich an professionelle Shops zu autorisieren "genehmigt für online". Unterstützen Sie die weißen Schafe, bringen Sie Ihre Leistungen und hauen Sie schwarze Schafe raus. Zwingen Sie ausgewählte Marktplätze mehr auf Ihr Branding zu achten – zertifizieren Sie auch Marktplätze.

Handeln Sie wieder wie eine Marke. Professionell, durchdacht und mit Weitblick. Herr Hainer – Sie haben so viel schon richtig gemacht und sind ein Vorbild für Markenartikelhersteller!

Viele Grüße Ihr

Johannes Altmann

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.