# "Gütesiegel sind für Neukunden wichtig" – Interview mit blue-tomato.com

Der Snowboardmarkt ist längst keine kleine Extremsport-Nische mehr. Der Blue Tomato Onlineshop zählt zu den führenden Anbietern in diesem Segment.Wir sprachen mit Geschäftsführer Gerfried Schuller über seinen erfolgreichen Online-Shop, über seine Anfänge als Shopbetreiber und über einige Erfolgsgeheimnisse.

**Lesen Sie mehr.**

## Was ist das Besondere an Ihrem Shop? Was ist die Idee?

Das Besondere an Blue Tomato ist, dass der Sport und Lifestyle um den es geht, nicht nur verkauft, sondern auch gelebt wird. Der Spirit und Lifestyle, die Leidenschaft für den Sport, die Professionalität und der Teamgeist bilden seit jeher die Grundlage von Blue Tomato und stehen auch heute noch im Vordergrund.

Dies fließt auch in alle Bereiche des Onlineshops: Einkauf bzw. der Gestaltung des Sortiments, Darstellung im Onlineshop, Mitarbeiter, Kundenservice und Beratung, Blue Tomato Team uvm.

## Welches Shopsystem nutzen Sie? Haben Sie das System selbst programmiert bzw. angepasst?

Als Shopsystem verwenden wir Hybris, welches auch auf uns angepasst worden ist.

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

Wir bieten unseren Kunden seit jeher einen professionellen Kundenservice. Die Zufriedenheit unserer Kunden steht dabei stets im Vordergrund. Unsere Gütesiegel Trusted Shops und EuroLabel bestätigen dies weiter. Zudem garantieren wir unseren Kunden ein 21-tägiges Rückgaberecht sowie eine Bestpreisgarantie.

## Gibt es technische Besonderheiten, auf die Sie stolz sind?

Eines unserer Highlights im Onlineshop sind die Blue Tomato Produktfinder. Die Produktfinder bieten eine Vielzahl an individuell einstellbaren Kriterien, nach denen man suchen kann. Hat man seine persönlichen Einstellungen vorgenommen, werden passende Produktvorschläge aus unserem Sortiment angezeigt. Die gefundenen Produkte können zusätzlich in eine Merkliste eingetragen und dann miteinander verglichen werden.
Eine weitere Besonderheit ist unser mehrsprachiges Kundenservice. Den Onlineshop gibt es

momentan in 14 unterschiedlichen Sprachen und es ist uns ein Anliegen, auch den direkten Customer Support mit Hilfe von Native Speakers in diesen Sprachen anzubieten. Damit die Kundenanfragen je Sprache gleich an den oder die richtige Mitarbeiterin weitergeleitet werden, haben wir ein System, welches die eingehenden Anrufe je nach Herkunft routet.

## Betreiben Sie den Shop haupt- oder nebenberuflich? Wie viele Mitarbeiter haben Sie zur Zeit?

Blue Tomato wird hauptberuflich betrieben. Neben dem Onlineshop wird auch in Blue Tomato Stores vertrieben. Momentan gibt es 8 Blue Tomato Stores im Raum Deutschland und Österreich.

## Gibt es Teilbereiche Ihres Shops, die Sie an Partner abgegeben haben (z.B. Lagerhaltung, Webdesign, Inkasso)? Wie klappt die Zusammenarbeit?

Hinsichtlich allen technischen Belangen unseres Onlineshops arbeiten wir zusätzlich zu unserem eigenen IT- und eCommerce-Team auch mit Partnern zusammen. Diese Zusammenarbeit funktioniert sehr gut. Logistik und Kundenservice geben wir aus Qualitätsgründen nicht aus der Hand. Da kontrollieren wir jeden Prozesschritt und optimieren laufend.

## Wie bekommen Sie neue Besucher in den Shop?

Wir verfolgen ein Multichannel-Strategie und nutzen in dem Sinne auch Kanäle wie Katalog, Anzeigen in Printmedien uvw. Weiters sind wir auch immer auf wichtigen Szene Events vertreten um Blue Tomato bekannter zu machen.

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

Manchmal brauchen Projekte länger, aber gute Qualität vom Ergebnis ist uns sehr wichtig und dann tüfteln wir machmal etwas länger.

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

Ja einige. Man muss immer viel ausprobieren und testen. Und ein Bauchgefühl ist auch wichtig.

## Warum haben Sie sich für die Trusted Shops Zertifizierung entschieden?

Ein Entscheidungsgrund ist der hohe Bekanntheitsgrad von Trusted Shops. Das Siegel unterstützt uns somit sehr was das Schaffen von Vertrauen angeht. Gerade bei Neukunden ist uns dies wichtig. Ein weiterer Plus-Punkt ist die Bewertungsfunktion, welche den Kunden ermöglicht den Onlineshop auch weiteren Kunden weiterzuempfehlen und zu bewerten – eine wichtige Orientierungshilfe für neue Kunden. Nicht zuletzt beitet auch der Trusted Shops Käuferschutz einen Garantie für den Kunden und schafft Vertrauen.

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

Nur sehr gering bezüglich Produktbezeichnungen welche unsere Lieferanten verwenden. Nur ging es bei diesen „Abmahungen“ um gezielte Geschäfte von unseriösen Anwälten.

## Welche Tipps haben Sie für andere Shopbetreiber?

Gutes Design, guter Checkout, gute Produktauswahl, ständiges Optimieren.

## Welche Social Media Kanäle nutzen Sie?

Auf den Web 2.0-Zug sind wir bereits sehr früh aufgesprungen und so können wir heute stolz auf eine große und aktive Blue Tomato-Community blicken. Dabei sind wir besonders auf Facebook aktiv, betreiben aber auch einen Blog und nutzen Kanäle wie Twitter, Google+, Pinterest, Instagram uvw. Auf Facebook konnten wir vor kurzem auch bereits die 270.000 Fans-Grenze knacken.

## Wo informieren Sie sich zum Thema Online-Shopping?

Unsere Infos beziehen wir v.a. von Newslettern, Blogs aber auch Fachmagazinen.