

# Ein Prosit der Gemütlichkeit - Interview mit Bier-Deluxe.de

☒ Gute Produkte sind auch in der Nische erfolgreich. Als Shopbetreiber muss man nur suchen, um seiner Kundschaft stets neue Produkte bieten zu können. Guido Lange - Gründer von Bier-Deluxe.de, zeigt, wie er mit Edel-Bieren, die sich von handelsüblichen Bieren unterscheiden, erfolgreich ist.

**Lesen Sie mehr.**

## Was macht Ihren Shop besonders?

Bier-Deluxe.de ist ein Online Shop für Bierspezialitäten und Craft Bier. Wir bieten vor allem Bier im gehobenen Preissegment an das es so nicht im Supermarkt zu kaufen gibt. Eine Flasche Bier kann bei uns auch schon mal 20 oder 30€ kosten. Unsere teuerste Flasche liegt derzeit bei 90€. Neben deutschen Bierspezialitäten, wie den BraufactuM Bieren, haben wir auch viele internationale Biere wie etwa den amerikanischen Craft Bieren von der Brooklyn Brewery oder der Firestone Walker Brewery. Grundsätzlich liegt unser Fokus auf dem Online Geschäft nebenbei sind wir aber gerade dabei auch Tastings zu veranstalten.

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

Wir nutzen Shopware und sind damit sehr zufrieden. Wir haben zwar auch Erfahrungen mit Prestashop im Vergleich der beiden Systeme sind wir aber der Meinung, dass wir mit Shopware langfristig besser aufgestellt sind.

Wir sind gerade dabei Shopware unseren Bedürfnissen anzupassen. Auch wenn es heute recht einfach ist einen Online Shop einzurichten, sind vor allem kleine Anpassungen abseits des Standardfunktionsumfanges manchmal recht Aufwendig.

## Wie haben Sie Ihre Anstoßkette gestaltet?

Wir bekommen einen Großteil unserer Kunden über Google Adwords. Neben Google Adwords schalten wir auch Facebook Werbung. Die Erfahrungen zeigen, dass es recht einfach ist für uns Facebook Fans zu gewinnen. Allerdings gelingt es uns nur einen Bruchteil dieser Fans in Kunden umzuwandeln. Die meisten Kunden, die bei uns im Shop auch kaufen, bekommen wir durch Google Adwords.

Unsere Bestandskunden halten wir durch einen monatlichen Newsletter und unsere Facebook Page up-to-date.

## Welches sind Ihre drei erfolgreichsten Werbewege?

Unsere erfolgreichsten Werbewege sind definitiv unsere Google Adwords Kampagnen. Etwa fünf bis zehn Prozent des täglichen Umsatzes investieren wir in diesen Werbekanal. Für alle anderen Werbewege wie unser Affiliate Programm oder die geschaltete Bannerwerbung ist es noch zu früh um konkrete Aussagen über die Kampagnen machen zu können.

## **Wie sieht Ihre Strategie zum Markenaufbau und Markenführung aus?**

Wir wollen Bier-Deluxe als Prämiummarke im gehobenen Marktsegment positionieren. Damit einher geht natürlich auch ein hoher Qualitätsanspruch an die Produkte die wir in unserem Sortiment haben und an unseren Kundenservice. Sowohl bei den Produkten als auch beim Service haben wir daher den Anspruch dem Kunden nur das Beste zu bieten und uns dadurch vom Wettbewerb zu unterscheiden.

## **Wie hoch ist in Ihrem Shop das Verhältnis von Bestands- zu Neukunden und wie gewinnen Sie neue Besucher?**

Da wir ein noch recht junges Unternehmen sind haben wir natürlich wesentlich mehr Neukunden als Bestandskunden. Derzeit sind ca. 75% unserer Kunden Neukunden. Unsere Besucher gewinnen wir vornehmlich durch Onlinewerbung. Bei vielen Begriffen rund um das Thema Bier sind wir bei Google ebenfalls sehr gut geranked daher bekommen wir auch viele neue Besucher durch Google die sich rund um das Thema Bier informieren wollen.

## **Welche VKF-Maßnahmen zählen in Ihrem Shop zu den erfolgreichsten?**

Da wir im Prämiumsegment tätig sind versuchen wir auf Rabatte und Zugaben zu verzichten. Den einzigen Anreiz den wir derzeit Kunden geben ist die frachtfreie Lieferung ab einem Warenwert von 75€. Außergewöhnliche viele Kunden orientieren sich auch an dieser Schwelle bei ihrer Bestellung.

## **Wie viele Mitarbeiter haben Sie zurzeit?**

Wir haben derzeit 6 Leute die an Bier-Deluxe.de mitarbeiten allerdings sind nicht alle Vollzeit für das Unternehmen tätig.

## **Gibt es Teilbereiche Ihres Shops, die Sie an externe Dienstleister abgegeben haben?**

Wir sind gerade dabei unsere Lagerhaltung auszulagern um unser Wachstum flexibler handhaben zu können. Ein Fazit darüber können wir derzeit daher noch nicht ziehen. Grundsätzlich machen wir aber die Erfahrung das sich heutzutage recht viel outsourcen lässt und das Ganze auch zu recht günstigen Konditionen. Gerade Start-ups sollten meiner Meinung nach am Anfang davon Gebrauch machen um für ein schnelles Wachstum gerüstet zu sein.

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

Eines der größten Probleme war der geplante Launch des Online Shops. Dieser hat sich mehrfach verzögert. Ich denke jeder der einen Shop betreibt wird dieses Problem kennen.

Nach dem Launch haben wir dann recht schnell gemerkt das wir auf die falsche Shop Software gesetzt haben und haben daher zwei Monate nach der Live-Schaltung angefangen den Shop auf ein neues Shopsystem zu übertragen. Wir sind von Prestashop zu Shopware gewechselt. Jetzt zwei Monate nach dem Wechsel können wir sagen, dass dies die richtige Entscheidung für uns war und wir uns mit Shopware System recht wohl fühlen.

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

Ja, während es für uns am Anfang noch recht mühsam war Ware einzukaufen kommen jetzt die Hersteller auf uns zu und bieten uns ihre Ware an. Gerade bei exklusiven Produkten wie etwa Bierspezialitäten ist es häufig schwierig die Produkte in ausreichender Anzahl zu bekommen von daher hilft es uns sehr, dass wir mittlerweile ein hohes Standing bei den Produzenten haben.

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

Da wir auch viele ältere Kunden haben wissen wir, dass diese Kunden besonders vorsichtig sind was den Kauf im Internet angeht. Wir tun deswegen viel um diesen Kunden die nötige Sicherheit beim Kauf zu geben. Ein Gütesiegel gehört da natürlich dazu und das Trusted Shops Siegel ist unserer Ansicht nach das bekannteste Siegel in Deutschland.

## **Welche Tipps haben Sie für andere Shopbetreiber?**

Ich bin mittlerweile sicher das gerade am Anfang das Marketing das Wichtigste ist. Darauf sollten sich Shopbetreiber zunächst konzentrieren. Sicher ist es immer gut noch dieses oder jenes kleines Feature im Shop zu haben aber letztendlich muss man zunächst Besucher auf die Webseite bringen. Die ganzen kleinen noch fehlenden Features kann man im Laufe der Zeit nach und nach hinzufügen.

## **Welche sozialen Medien zur Kundenkommunikation nutzen Sie?**

Wir nutzen natürlich die sozialen Netzwerke neben Facebook sind wir auch auf Google+, Twitter und Pinterest. Es zeigt sich das Facebook der effektivste Kanal für uns ist. Außerdem betreiben wir einen Blog um unsere Webseite ständig mit neuem Content zu versorgen. Die Kunden haben auch die Möglichkeit auf unserer Webseite die Biere zu bewerten hier merken wir, dass dieses Feature immer häufiger genutzt wird je mehr Kommentare bereits vorhanden sind.

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

Neben den einschlägigen Webseiten haben wir uns auch für einige Newsletter angemeldet. Letztendlich machen wir uns aber auch immer selber Gedanken in welche Richtung sich der E-Commerce Markt entwickeln wird und wie wir davon partizipieren können.