

Shopsoftware aus den Niederlanden - Interview mit SEOshop (Partnerangebot)

✖ Auch wenn in Deutschland das Feld für Shopsoftware bereits sehr gut bestellt ist, wagen sich seit einiger Zeit immer wieder Anbieter aus dem Ausland in den Markt. Einer dieser Anbieter ist SEOshop aus Amsterdam. Warum SEOshop sich Erfolge in Deutschland ausrechnet, erläutert CEO Ruud Stelder im Interview.

Bitte beschreiben Sie Ihre Lösung in drei Sätzen?

Mit SEOshop bieten wir eine E-Commerce Plattform, auf der Kunden einfach ihren eigenen Online-Shop erstellen können. Da unser Service Cloud basiert ist, müssen die Online-Händler keine Programmiererfahrung mitbringen, alle nötigen Werkzeuge sind bereits vorhanden und per "plug-and-play" einsetzbar. Mit unseren mehr als 5.500 Shops sind wir bereits Marktführer in Benelux und haben auch in Deutschland eine gute Marktposition.

Was sind die Highlights Ihrer Lösung?

Unsere Plattform bietet Online-Händlern viel Flexibilität. Unsere Design-Templates sind alle einfach zu individualisieren und auch die Erweiterungsmöglichkeiten sind vielfältig. Wir haben in unserem App Store zum Beispiel Schnittstellen mit Software zum Einbinden von Kundenbewertungen, E-Mail Plattformen und vielem mehr. Durch unsere Zusammenarbeit mit externen Partnern werden immer neue Schnittstellen, Design-Templates und Funktionen entwickelt. Auf diese Weise können Händler beispielsweise auf teure Programmierer verzichten und bezahlen, zusätzlich zu den fixen Gebühren für das Nutzen unserer Plattform, nur die Funktionen, die sie benötigen und in Anspruch nehmen. So wissen unsere Kunden immer, welche Kosten am Ende des Monats auf sie zukommen.

Dank unserer Importfunktion es ist übrigens auch sehr einfach, von einer anderen Plattformen zu SEOshop zu wechseln. Die Funktion ermöglicht es, alle Produkte auf einmal in den neuen Shop auf unserer Plattform zu übertragen. Gibt es einmal etwas zu verändern, kann ein Datenblatt mit allen Produkten exportiert, anschließend bearbeitet und wieder importiert werden. So müssen nicht alle Produkte einzeln geändert werden, was viel Zeit spart. Mit wenigen Klicks hat man so seinen Online-Shop gefüllt. Durch das einfache „plug and play“ Backoffice sind auch Design-Templates und andere Funktionen aktiviert.

Welche Preismodelle / Lizenzierungsmodelle / Angebote bieten Sie an?

Wir haben drei verschiedene Preismodelle, sodass sowohl kleine als auch große Unternehmen die richtige Lösung finden. Dabei ist es möglich, die Kosten entweder pro Monat oder pro Jahr zu entrichten.

Was hat Sie auf die Idee gebracht, eine Lösung

für Webshops zu entwickeln?

SEOshop wurde 2008 gegründet. Die Grundlage für unsere Plattform wurde aber schon 2006 gelegt, als Dennis Cuijpers und ich zusammen einen Online-Shop eröffnet haben, der einfach zu bedienen war und von Suchmaschinen leicht gefunden werden konnte. Das besondere an unserem Shop war, dass er in 14 Sprachen zur Verfügung stand und ein Update alle Shops aktualisierte. Wir bekamen Anfragen von anderen Online-Händlern, die unser System verwenden wollten und so entstand die Idee, SEOshop zu gründen. SaaS war damals noch kein großer Begriff und wir wuchsen schnell zum Marktführer in Benelux heran.

Wie viele Mitarbeiter beschäftigen sich mit der Weiterentwicklung der Lösung?

Wir beschäftigen zur Zeit 50 E-Commerce Experten in unserem Headquarter in Amsterdam. In der DACH-Region haben wir inzwischen auch schon etwa 1.100 Onlineshops, die von fünf Mitarbeitern in unserem neuen Büro in Frankfurt am Main betreut werden.

Gibt es bereits andere für Shopbetreiber relevante Schnittstellen?

SEOshop bietet Schnittstellen zu diversen Zahlungsdienstleistern, darunter beispielsweise PayPal, Sofort und Klarna. Über den Service Paazl bieten wir auch Schnittstellen mit DHL und anderen deutschen Versanddienstleistern an. Kunden können über Custom Feeds auch Feeds für Amazon und eBay erstellen, wir arbeiten zur Zeit mit Hochdruck an direkten Integrationen zu diesen Anbietern. Außerdem ist unsere Plattform Trusted Shops zertifiziert, was es für unsere Kunden einfacher macht, ihren Shop testen und zertifizieren zu lassen und das Gütesiegel, Kundenbewertungen und andere Services von Trusted Shops zu aktivieren.

Unsere Schnittstellen sind auf den deutschen Markt ausgerichtet und es kommen ständig neue Integrationen und Funktionen hinzu.

Welche Rolle spielt das Thema Sicherheit in Ihrer Lösung?

Sicherheit spielt eine große Rolle, gerade in der heutigen Zeit ist dies wichtig. Unsere Plattform ist Cloud basiert und nicht anfällig für Hackangriffe. Die Server auf denen alle Daten gespeichert werden, stehen in einem der sichersten Datacenter Europas. Daten werden nur verschlüsselt, über eine 256-Bit-SSL Verbindung, übertragen. Unsere Server sind schnell, können mit viel Traffic umgehen und wir garantieren unseren Kunden 99,9% Uptime.

Welches sind Ihre Top-Referenzshops?

In Benelux arbeiten wir beispielsweise mit Philips, dem Van Gogh Museum Amsterdam, dance4life und Fairphone zusammen. In der DACH Region haben wir einige vielversprechende Shops wie zum Beispiel fascwear.com, romy-kindermobel.de oder hafervoll.de.

Wie sind Sie international aufgestellt?

Wir sind Marktführer in den Benelux und jeder unserer Kunden kann seinen Shop in 14 verschiedenen Sprachen anbieten. Unsere Plattform ist außerdem in der DACH-Region vertreten und wir expandieren gerade ebenfalls in die Nordics und möchten uns in ganz Europa positionieren.

Neben dem Büro in Amsterdam haben wir nun auch ein Büro in Deutschland in Frankfurt am Main. Weitere internationale Niederlassungen werden in Zukunft mit Sicherheit folgen.

Wo liegen Ihre Stärken?

Wir sind ein internationales Unternehmen und unser Portfolio enthält bereits viele erfolgreiche Onlineshops. Wir haben Erfahrung darin, Händler zum Erfolg zu führen und davon profitieren unsere Kunden natürlich. Zum einen ist es mit SEOshop einfach, einen eigenen Onlineshop zu eröffnen, ohne jegliche Programmierkenntnisse zu haben.

Was sind Ihre weiteren Pläne für die nächsten Monate?

Wir arbeiten gerade daran, unsere Marktposition in Deutschland weiter zu verbessern. Dazu gehört auch, dass wir mehr und mehr lokalisierte Funktionen einführen und mit Partnern in Deutschland zusammenarbeiten. Wir hören unseren Kunden zu und können so feststellen, was gebraucht wird und gefragt ist. Auf diese Weise wird unser Service an unsere Kunden in der DACH Region angepasst. Auf der Internet World Messe in München wollen wir zeigen, dass wir uns an den deutschen Markt angepasst haben. Unser DACH-Team, das aus deutschen Muttersprachlern besteht, kennt den deutschen Markt und kennt die Bedürfnisse der Kunden. Darauf wollen wir in den nächsten Monaten aufbauen. Die Erkenntnisse, die wir aus der Expansion nach Deutschland gewonnen haben, werden uns auch bei der Expansion in die Nordics und anschließend in weitere Märkte helfen. Auch dort werden wir unsere Plattform lokalisieren und Funktionen an die Bedürfnisse der Kunden anpassen.

Verraten Sie uns Ihren beruflichen Werdegang?

Ich habe SEOshop 2007, noch während meines Studiums an der Universität Tilburg, gegründet und bin seit dem CEO des Unternehmens. Außerdem bin ich seit Mai 2012 Präsident von e-Commerce Amsterdam, einer gemeinnützigen Organisation, die Netzwerkevents für Professionals in der E-Commerce Branche organisiert.

Wo informieren Sie sich selbst zum Thema Online-Shopping?

Über den deutschen Markt halte mich zum Beispiel bei t3n und Internet World Business auf dem Laufenden. Der shopbetreiber-blog bietet natürlich auch immer eine gute Übersicht, über aktuelle Geschehnisse in der Branche, vor allem auch zur neusten Rechtsprechung.