

Deutsches Shopverzeichnis Backoffice [DSVZ]

Triologic GmbH, Deutschland

Mediadaten:

- ~ 7800 Shops
- ~ 100 Shopzugänge pro Monat
- ~ 3333 Besucher täglich
- ~ 1,5 Mio. PI
- Hauptbesuchszeiten
10:00 bis 22:00 Uhr
- Anfragen aus DE und über 100
weiteren Ländern

In dieser Ausgabe:

Download	1
Integration	2
Auswahl	2
Copyright	2
Genießen Sie den Ausblick...	3

Deutsches Shopverzeichnis—Interview

Herr Dost, seit wann wissen Sie WasDerMenschBraucht(.de)?

Zunächst glaubten wir Anfang 1998 zu wissen, dass die Leute vor allem Kontaktlinsen benötigen. Tatsächlich hat sich das als richtig herausgestellt und ist auch heute noch so, mit steigender Tendenz.

Wie hat es angefangen mit dem ersten Shop? Was waren die größten Hürden, die es zu überwinden galt?

Wir haben wie gesagt mit den Kontaktlinsen begonnen. Da gab es noch heftige Widerstände der Optiker, die den Versandhandel von Linsen für Teufelszeug hielten. Da 1998 die Nutzung des Internet noch nicht so verbreitet war, haben wir zunächst in den deutschen Großstädten - dort vor allem an den Unis - Werbung gemacht, indem wir Studenten unsere Bestell-Flyer austragen ließen. Über diesen Weg kamen auch die ersten Kunden, obwohl das am wenigsten die Studenten selbst waren. Auch die begehrten Broschüren in denen an der Unis auf die Sportangebote aufmerksam gemacht wird, haben sich als gute Werbeträger bestätigt. Damals ist auch die lokale Bildzeitung auf uns aufmerksam geworden und hat einen netten Beitrag gemacht. In zunehmenden Maße wurde dann aber das Internet zum hauptsächlichen Verkaufsmedium. Damals gab es etwa 15 Mitanbieter - heuer sind es ca. 300.

Mittlerweile ist es ja eine richtige kleine Einkaufsstraße geworden. Wie ist es zu diesem vielfältigen Angebot gekommen?

Wir waren eine der ersten Online-Anbieter für Linsen neben lenscare. 3 Jahre später kamen Blutzuckerteststreifen dazu. Auch hier ist ein (leider) wachsender Markt vorhanden, da unsere lieben Landsleute aufgrund ungünstiger Ernährungsgewohnheiten und mangelnder Bewegung zum Diabetes neigen. Nicht in jedem Fall wer-



Deutsches-Shopverzeichnis.de – einfach besser werben

den die Kosten für die Teststreifen von der Kasse übernommen. In den Apotheken sind die Preise zumeist höher als bei uns. Es hat sich dann quasi angeboten, auch in den neuen Markt für Nahrungsergänzungsmittel einzusteigen. Das hat ja auch etwas mit der Gesamtproblematik Gesundheit und Wellness zu tun. Ganz nebenbei haben wir auch einen Handel mit Möbelpflegeprodukten eines Schweizer Herstellers. Diese Linie war nicht geplant und hat sich zufällig ergeben. Aus diesem Zufall ist inzwischen ein solide wachsender Bereich geworden, da auch dort der Bedarf enorm groß ist.

Wer steckt hinter der logistischen Herausforderung, diese Shops alle erfolgreich zu betreiben?

Die wesentlichen Mitstreiter sind auch Freunde. Also der Webmaster, die Designerin, der Programmierer, der Systemverwalter, die Optikermeisterin. Nicht zu vergessen die Mitarbeiter - das sind ganz klar nicht zu ersetzende Partner. Als ehemaliger Personalentwickler bringe ich vielleicht auch ein paar nützliche Voraussetzungen mit, um alle Beteiligten zu motivieren. Ein gutes, optimistisches Klima ist eine wesentliche Voraussetzung für jede Art Erfolg.

Noch Fragen : +49 2243 912976

Von Nahrungsergänzung über Diabetiker-Teststreifen bis zur Möbelpolitur, geht das Konzept auf, ein Sortiment - ein Shop?

Die Frage drängt sich freilich sofort auf, wenn man die Möbelpflege sieht. Ich glaube ehrlich gesagt, dass diese Zusammenstellung nicht ganz paßt. Wir wollen nicht den Verdacht des "Ramschladens" erwecken. Deshalb wird das Portal WasDerMenschBraucht.de auch überarbeitet. Die "Möbelkiste" läuft auch allein. Unter WasDerMenschBraucht.de könnte evtl. künftig auch etwas sehr Genußvolles zu finden sein, vielleicht guter Wein oder alter Whisky.

Abseits des Mainstreams vieler Affiliation-Programme bieten Sie Ihren Kunden direkt eine Prämie an, wenn diese neue Kunden werben, haben Sie damit Erfolg?

Ja. Wir sagen den Leuten direkt was Sie für eine erfolgreiche Empfehlung erhalten. Ohne Schnörkel und Umwege. Dabei gilt das Prinzip "Kleine Geschenke erhalten die Freundschaft". Wir sind keine Schnäppchenanbieter und wollen auf Schnäppchenjäger bewußt verzichten.

Ihre Shops sind schnell geladen und sehr übersichtlich, auf kontaktlinsen-direktversand.de bieten Sie Produkte für Menschen mit einem Handicap an, ist "barrierefreies Shopping" hier nicht angeraten?

Ich denke, dass in unserer Menüführung kaum Barrieren vorhanden sind. Leute mit einer Fehlsichtigkeit, also Brillen- oder Kontaktlinsenträger sind auch nicht im direkten Sinne behindert. Die modernen Sehhilfen können heute auch bis in den extrem hohen Dioptrienbereich die Sehleistung befriedigend korrigieren.

Sie kaufen in Europa und Sie verkaufen nach Europa. Sprechen Sie denn auch "europäisch"?

Ja, Englisch ist kein Problem. Die Tatsache, dass unsere pages aber in Deutsch erstellt sind, bedingt, dass der user auch einigermaßen versteht, was der Inhalt ist. Also, in der Regel läuft die Kommunikation in Deutsch ab. Holländer mailen öfter auf Englisch. Wir kaufen weltweit ein und verkaufen innerhalb Europas. Je weiter weg der Kunde wohnt, umso höher die Versandkosten. Damit nimmt die Attraktivität unserer Produkte mit der Entfernung leider ab.

Was ist Ihnen besonders wichtig im Umgang mit Ihren Kunden?

Eigentlich genau das, was mir selbst auch wichtig ist als Kunde. Also schnelle Produktübersicht und klare Regeln zu den Konditionen, also mögliche Zahlweisen, Versandart, Lieferzeit. Kein Schnickschnack, der mit meinem gewünschten Produkt

nichts zu tun hat. Darüber hinaus erwarte ich vom Anbieter, dass er fachlich versiert ist und auch bei Pannen ideenreich in meinem Sinne agieren kann. Der Kunde soll die angenehme Erfahrung machen, dass er bei uns richtig ist. Das beginnt bei einer einfachen Menüführung im Bestellvorgang, über die schnelle Beantwortung/Bestätigung seiner Bestellmail mit diversen - sinnvollen Hinweisen von unserer Seite, bis hin zu einem sauber und nett verpackten Paket. Die telefonische Kommunikation muß gleichermaßen professionell sein.

Wie schätzen Sie die Entwicklung im Bereich Versandhandel/Online-Shopping angesichts Harz IV, 3,2,1... und Geiz ist G...?

**Sie möchten auch ein Interview auf
www.deutsches-shopverzeichnis.de ?**

Sprechen Sie uns einfach an:

- info@deutsches-shopverzeichnis.de
- +49 2243 912976
- <http://www.dsvz.de>

Ja, schau ´ wir mal.. Wahrscheinlich ist der Versandhandel nach wie vor am wenigsten betroffen, da die Preise bei vielen Produkten auch günstiger sind als im Einzelhandel. Der "Harz" ist zum Unwort geworden, die Verfassungsrichter sehen das wohl inzwischen genauso...schade für die schöne deutsche Landschaft gleichen Namens. Fast schlimmer noch ist der dümmlich-

modische Spruch "Geiz ist geil". Wie "ungeil" diese Art Geiz ist, zeigt ja die wirtschaftliche Lage. Der Mitbegründer dieser kranken Philosophie "Karstadt" ist ja an den Folgen dieser Werbung fast selbst zugrunde gegangen... Stichwort "Professionalität" (!!)

Man hat durch diesen dummen Spruch vielen Kunden suggeriert, dass eigentlich alles latent überbeuert ist und man grundsätzlich über alles feilschen kann bzw. soll. Angesichts der Folgen könnte man annehmen, dieser Spruch sei einem Bundespolitiker eingefallen..

Herr Dost, danke für das Gespräch. Wir wünschen Ihnen und Ihrem Team viel Erfolg und hoffen, dass Sie weiterhin wissen WasDerMenschBraucht(.de).

Triologic GmbH, Deutschland

TRIOLOGIC GmbH
Gerressener Str. 21
51570 Windeck

Telefon: +49 2243 912976
Fax: +49 1212-5-114-16-620
E-Mail: info@deutsches-shopverzeichnis.de

Deutsches Shopverzeichnis
...einfach besser werben...

WWW.DEUTSCHES-
SHOPVERZEICHNIS.DE

Genießen Sie ... den Ausblick

Das Backoffice des deutschen Shopverzeichnisses, unser neuer Service-Bereich für Sie als Shopbetreiber und Betreuer, basiert auf dem Content Management System TYPO3 in der aktuellen Version 4.xx.

Typo3 ist mit zahlreichen Grundfunktionalitäten und sehr vielen Erweiterungen ein empfehlenswertes CMS.

Als frei verfügbare Software mit großer Verbreitung wird Typo3 von einer großen Community gepflegt, betreut, gepflegt und genutzt (TIPP: registrierte Shopbetreiber erhalten im Service-Bereich exklusive Angebote ausgewählter Provider).

TYPO3 erzeugt in der aktuellen Version sauberen XHTML - Code und bietet damit auch gerade Shopbetreibern die Möglichkeit, ihr Suchmaschinen-Ranking deutlich zu verbessern. Einige Shopbetreiber nutzen TYPO3 bereits, um über Produktinformati-

onsseiten sowohl interessierte potentielle Kunden wie auch *crawler* bekannter Suchmaschinen anzulocken, und dies mit großem Erfolg (Typo3 kann z.B. Sitemap-Dateien automatisch erstellen).

Wir können TYPO3 uneingeschränkt empfehlen.



Surftipps:

- <http://www.deutsches-shopverzeichnis.de>
- <http://www.dsvz.de>
- <http://www.info-xml.org>