

## "Spagat zwischen B2C und B2B" - Interview mit Masterdress

retweet 3

0

Hauke Timmermann | 31.08.2010

Interviews | 343 mal gelesen

Masterdress-Berufskleidung ist einer der führenden Anbieter für Berufskleidung und Waschservice in Hamburg. Masterdress bietet seinen Kunden in seinem Online-Shop für jeden Beruf, jedes Einsatzgebiet und jede Anforderungen hochwertige Kleidung namhafter Marken-Hersteller.



Erfahren Sie mehr über diesen Shop im Interview mit Philip Kamm.

Was ist das Besondere an Ihrem Shop?

eCommerce und Online-Shopping ist aus der heutigen vernetzten Welt nicht mehr wegzudenken. In der Regel informiert sich ein Kunde online über ein Produkt, guckt es sich im Geschäft an und kauft es dann günstig über das Internet. Als Onlinehändler ist diese Entwicklung natürlich Fluch und Segen zugleich. Zum einen schaffen wir es nicht, dem Kunden ein Produkt zur Begutachtung „in die Hand zu legen“ und wir sind mit nur einem Klick vergleichbar, zum anderen wird immer öfter und immer mehr im Internet gekauft. Vor diesem Hintergrund ist es wichtig, dem Kunden einen Mehrwert zu bieten, um sich von der breiten Masse der Onlinehändler abzuheben.

Gerade ein solcher Mehrwert ist bei Berufskleidung wichtig. Denn im Gegensatz zu Konsumgütern, Technik oder Fashion ist [Berufskleidung](#) ein Low-Involvement-Produkt. Sie gehen nicht auf die Jagd und kaufen eine Latzhose, weil Sie diese noch nicht haben, weil Ihnen diese so besonders gefällt oder weil sie einfach cool ist, sondern Sie kaufen eine neue Latzhose nur dann, wenn die Alte kaputt ist oder der Chef es sagt.

Unser Shop soll es schaffen, das Low-Involvement-Produkt „Berufskleidung“ wenigstens etwas zu einem "High-Involvement-Produkt" zu machen. Das schaffen wir durch umfangreiche Informationen zu jedem Artikel. Für wen ist diese Bundhose geeignet, für wen ist eine andere vielleicht besser? Was bedeutet die Gewebebezeichnung und welchen Normen entspricht die Warnweste? So gibt man dem Kunden eine gewisse Sicherheit beim Kauf, die er sonst nur in einem Geschäft erhält. Daneben legen wir großen Wert auf eine attraktive Produktpräsentation.

Dies schaffen wir sowohl durch emotionale Model-Fotos, die wir übrigens aus Kostengründen selber mit semi-professionellen Modells shooten, als auch durch Detailfotografieren an Puppen. Durch eine Zoom-Funktion kann der Kunde jede Naht und jede Tasche bis ins Detail betrachten und sich so „ein Bild“ von dem Produkt machen.

Als Berufskleidungsunternehmen stehen wir vor der Herausforderung, zwei Zielgruppen gleichermaßen zu bedienen. Sowohl der Heimwerker von nebenan kauft bei uns, als auch große Unternehmen, welche eine umfassende Ausstattung mit Berufskleidung wünschen.

Dieser Herausforderung gerecht zu werden, haben wir unseren Online-Shop zu einer Informationsplattform ausgebaut und viele Informationsseiten für Unternehmen geschaffen, um mit ihnen in Kontakt zu treten. So schaffen wir den Spagat zwischen B2C und B2B.

Welches Shopsystem nutzen Sie?

Als Shopsystem verwenden wir Gambio, eine Weiterentwicklung des xt:Commerce-Systems der Gambio GmbH aus Bremen. Nur diese Weiterentwicklung hat es uns ermöglicht, unseren Shop flexibel an unsere Bedürfnisse anzupassen. So kann das Design des Shops partiell per Drag-and-Drop angepasst werden, wir können schnell neue Informations-Boxen schalten und Inhalte füllen.

Selbstverständlich mussten einige Dinge für uns programmiert werden, aber ohne eine solche Anpassung ist ein attraktiver und effektiver Online-Shop heute nicht mehr zu betreiben.

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

Wir haben das Selbstverständnis, den bestmöglichen Kundenservice zu bieten. Das fängt bereits beim Design und der Unterteilung der Artikelstruktur an. Der Kunde findet schnell, wonach er sucht, denn alles ist nach Kategorie und Produkt unterteilt. Suchen Sie eine Arztthose, finden Sie diese bei „medizinischer Berufskleidung“ und der Unterkategorie „Hosen“. Dann möchte der Kunde umfassende Informationen über das Produkthaben. Wie ist die Passform, wie das Gewebe?

All dies findet er auf der Produktseite jedes einzelnen Artikels. Und findet er einmal nicht die Information, die er sucht, kann er über diverse Möglichkeiten mit unserem Kundenservice in den Kontakt treten. Dabei ist es uns wichtig, dass der Kunde seine Antwort sofort erhält.

Wie oft hat man selber schon eine E-Mail an irgendeinen Kundenservice geschrieben und erst nach 3 Tagen eine Antwort erhalten? In dieser Zeit ist der Kunde längst bei einem Wettbewerber und hat dort gekauft. Deshalb antworten wir sofort auf E-Mails oder sind in einem Kundenchat sofort für den Kunden da. Diese umfassende Informationspolitik schafft Vertrauen und hebt uns vom Wettbewerb ab.

Daneben haben wir uns für Trusted Shops als den führenden Online-Zertifizierer entschieden. Wir sind der festen Überzeugung, dass den Kunden sowohl durch das Siegel, als auch im besonderen Maße durch die [Trusted Shops Kundenbewertungen](#) ein Vertrauensgefühl vermittelt wird.

Trusted Shops ist einer der führenden Anbieter für Shopzertifizierungen im Internet. Wir haben lange überlegt, ob eine Zertifizierung wirklich sinnvoll ist und wir sind zu dem Ergebnis gekommen, dass dies definitiv der Fall ist. Lassen Sie es mich so ausdrücken: „Power-Shopper“, die von der Software über Schuhe bis zu Unterhose alles im Internet kaufen, können meist relativ sicher erkennen, ob ein Online-Shop seriös ist oder nicht. Die Aufmachung, die Aktualität, auch der Blick ins Impressum sagen einiges über den Online-Shop aus.

Wir haben eine andere Zielgruppe, die vielfach nicht so sehr mit dem Online-Shopping vertraut sind. Hier wollten wir einfach Hilfestellung leisten und haben uns für Trusted Shops entschieden.

Gibt es technische Besonderheiten, auf die Sie stolz sind? Es ist schwer, bei einem so neuen Projekt eine technische Besonderheit besonders hervorzuheben. Ich bin stolz auf den gesamten Shop und auf das, was wir geschafft haben. Was ich bisher bei keinem Wettbewerber gesehen habe, ist unser Kundenchat. Der Kundenchat ist auf jeder Seite präsent und der Kunde kann mit einem Klick direkt mit einem unserer Kundenservice-Mitarbeiter Kontakt aufnehmen.

So können Fragen zu einem Produkt oder einer Dienstleistung ohne lästige Wartezeit unmittelbar geklärt werden. Wir vereinen damit die Einfachheit einer E-Mail mit der Schnelligkeit des Telefons. Viele Kunden nutzen diesen Chat bereits und wir konnten bisher jedes

manchen nutzen diesen Ort bereits und wir können dabei jedes Problem lösen.

Welche Rolle spielt Ebay für Sie?

Ebay spielt überhaupt keine Rolle für uns. Der Aufwand, der ein Verkauf über eBay mit sich bringt, steht in keiner Relation zu dem zu erwartenden Nutzen. Ebay hat sich leider als Plattform für Powerseller etabliert, die oftmals minderwertige Produkte zu absoluten Kampfpreisen verschleudern. Wir möchten uns daran nicht beteiligen, weil es nicht unserem Selbstverständnis entspricht, dem Kunden einen umfassenden Service zu bieten.

Betreiben Sie den Shop haupt- oder nebenberuflich?

Neben dem Online-Shop betreiben wir ein Ladengeschäft mit Büroräumen in Hamburg-Lokstedt sowie eine Wäscherei. Der Online-Shop gehört zwar zu einer meiner Haupttätigkeit, eigentlich bin ich jedoch für das Marketing der masterdress Berufskleidung GmbH zuständig. Derzeit haben wir rund 30 Mitarbeiter in allen Unternehmensbereichen.

Gibt es Teilbereiche Ihres Shops, die Sie an Partner abgegeben haben?

Ein erfolgreicher Online-Shop steht und fällt mit der Anzahl der Besucher. Und wie kommen 99% der Besucher auf eine Webseite? Durch Google! Da ist es wichtig, eine Top-Platzierung bei Google zu haben. Hierfür gibt es Spezialisten, die unglaubliche Arbeit machen.

Diesen Bereich, das SEO haben wir an die Agentur [loewenstark.de](http://loewenstark.de) im Internet GmbH aus Braunschweig abgeben, die tolle Arbeit leistet. Die Zusammenarbeit macht großen Spaß, die Erfolge sind sichtbar und es wird immer besser. Ich kann nur jedem Shopbetreiber raten, der eine konsequente Wachstumsstrategie für seinen Online-Shop verfolgt, eine professionelle SEO-Agentur zu beauftragen.

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

Letzten Endes hat alles so geklappt, wie wir es uns vorgestellt haben. Natürlich gibt es in jedem Projekt Sachen, die sich hinziehen, Stolpersteine, die aus dem Weg geräumt werden müssen und Probleme, für die andere Lösungen erarbeitet werden müssen. Aber das haben wir alles gemeistert und der Shop steht!

Hatten Sie in der Vergangenheit bereits Probleme mit Abmahnungen?

Nein, bisher hatten wir keine Probleme mit Abmahnungen. Man hört so viel über das Thema, auch aus der Branche, dass ich ja fast schon von Glück sprechen muss. Mit der Einführung unseres neuen Online-Shops und der Zertifizierung durch Trusted Shops haben wir allerdings auch großen Wert auf die Konformität mit aktuellem Recht gelegt. So hoffe ich, dass wir auch in Zukunft von Abmahnungen verschont bleiben.

Welche Tipps haben Sie für andere Shopbetreiber?

Heben Sie sich ab! Sie wissen es selbst, es gibt Millionen Online-Shops im Netz, es gibt kein Produkt, das Sie nicht im Internet kaufen können. Wenn Sie planen, einen neuen Online-Shop aufzubauen, glauben Sie nicht, Sie sind der Erste mit dieser Idee. Es geht darum, einen Mehrwert zu bieten. Machen Sie es dem Kunden so einfach wie möglich, bei Ihnen einzukaufen.



Nehmen Sie Abstand von teuren Versandkosten. Ich denke, Versandkosten

werden bald der Vergangenheit angehören! Seien Sie immer für den Kunden da, seien Sie kulant bei Retouren. Nur so können Sie dem Kunden gefallen und der Kunde bleibt bei Ihnen.

Noch ein Tipp: Planen Sie genügend Investitionen für SEO ein. Ihr noch so schöner Online-Shop bringt Ihnen nichts, wenn er nicht auf der ersten Seite bei Google gefunden wird. Dahin ist es ein harter und kostenintensiver Weg, aber es wird sich früher oder später auszahlen.

Nutzen Sie schon Web 2.0 Möglichkeiten?

Unsere Zielgruppe ist nicht der klassische Web 2.0 User. Dennoch versuchen wir nun ganz aktuell mit einem Twitter-Account und einem Facebook-Profil aktiv zu werden. Hier stehen wir aber ganz am Anfang und sind noch in der Ausarbeitung einer Marketing-Strategie.

Glauben Sie mir, es ist gar nicht so einfach, jemanden für einen Berufskleidungsshop zu begeistern. Da haben es unsere Fashion-Kollegen schon einfacher. Aber es ist eine Herausforderung!

Wo informieren Sie sich zum Thema Online-Shopping?  
Natürlich informieren wir uns durch Fachmagazine, Branchenberichte  
usw. Auch der Trusted Shops Newsletter ist wirklich eine gute  
Informationsquelle, die ich zu schätzen gelernt habe!

Machen Sie sich unter [masterdress-berufskleidung.de](http://masterdress-berufskleidung.de) selbst  
ein Bild vom Shop oder besuchen sie das [Shoprofil bei  
Trusted Shops](#).