

Média: Smart Media (Themenbeilage im Blick)
Jour de parution: 10 décembre 2010
Diffusion: Suisse allemande
Tirage: 218'303



Kleine Ideen im Netz ganz gross

Längst twittern es die Spatzen vom Dach: Online einzukaufen ist praktisch. Jede Menge Fundstücke lassen sich im Internet aufstöbern – Ideenreichtum macht sich im Internet bezahlt.

TEXT MELANIE KOLLBRUNNER



Wer online einkauft, hat es bequem: Seiten können vom Sofa aus verglichen werden, viele Kunden schätzen die Freiheit, sich ihre Meinung selber zu bilden, ohne den cleveren Burschen neben sich, der weiss, was er gut findet und gern verkaufen möchte. Der neue Kunde ist ein unabhängiger Schnäppchenjäger, der lieber virtuell auf Achse ist als im überfüllten Shoppingcenter. Zudem findet man im Internet alles – wirklich alles: Zum Beispiel die Schoggi mit den Lieblingscornflakes oben drauf. Oder die Bettwäsche mit dem selber eingesandten

Muster. Und das Müsli nach dem ganz persönlichen Gusto (nein, keine Rosinen, dafür diese einen Kerne, die für immer fit halten).

Das Internet ist ein einzigartiges Spielfeld für kleine, grosse Ideen. Nicht nur die Giganten nutzen die Möglichkeiten des Netzes: Gerade für Firmen, die im Detailhandel keine Überlebenschance hätten, ist das World Wide Web interessant:

Wer einen Online-Shop eröffnet, der hat viele Vorteile: Eine regionale Verbreitung öffnet sich dem lokal unbegrenzten Markt, anstelle der

„Das Internet ist ein einzigartiges Spielfeld für kleine, grosse Ideen.“

städtischen Laufkundschaft steht ein überregionales Zielpublikum. Statt den ganzen Tag im Laden zu stehen, kann der Verkäufer den Arbeitstag frei einteilen, wobei Personalkosten minimal gehalten werden können. Sogar die Miete entfällt mitunter – auch eine

Garage kann nämlich zum Marktplatz umfunktioniert werden.

Kleinste Firmen verbreiten Ware, ganz wie der Kunde sie wünscht: Ohne grosse Ausgaben für Werbekosten lassen sich durch interessante Marketingaktionen oder Social Media auf unkonventionelle Art Kunden gewinnen. Die Technologie macht es möglich, per Formular ganz gezielt die Wünsche der Besteller zu erfüllen – per

Mausklick und Kreditkarte bestellt man sich individuelle Produkte nach Hause.

Natürlich gibt es gute Gründe für einen Stadtbummel, fürs Schmökern im Buch bevor man zugreift, für die

Kaffeepause mit all den Tüten, die in dem Moment die Welt bedeuten. Aber die Vorteile des Online-Shopping sind erstens nicht von der Hand zu weisen und zweitens findet sich im Netz nicht nur schnöde Massenware.

Fragen und Antworten

Jennifer Gargel ist Marketing Project Manager der Eboutic, dem grössten Schweizer online Outlet-shop.

Ist der sicherheitsliebende Schweizer vorsichtig mit Internetkäufen?

Tatsächlich ist eine Zurückhaltung bei den Deutschschweizern festzustellen. Ob das am Röstigraben liegt, ist schwer zu sagen: Unser Modell stammt aus Frankreich, vielleicht sind die Romands deshalb weniger skeptisch.



Denken Sie, das Einkaufen im Netz hat seinen Höhepunkt erreicht?

Da möchte ich nur für unseren Fall sprechen: Das Wachstum ist zwar etwas zurückgegangen, es liegt aber seit der Gründung 2007 im 3-stelligen Bereich.

Wie viel Ware wird vom Kunden behalten, wo er ja nichts in natura beäugen kann?

Es wird kaum Ware zurückgeschickt – die Retourenzahl liegt bei weniger als 5%.

Wann ist der letzte Moment, um bei Ihnen Weihnachtsgeschenke zu kaufen?

Die Lieferzeit beträgt einen Monat. Vor Weihnachten gibt es aber Angebote, die auch kurzfristig bestellt werden können.