



Alles Marketing kreist um die Frage:  
Wie gewinne ich am besten viele und  
loyale Kunden für den Onlineshop?

# AUF ERFOLG PROGRAMMIERT

Mit einer speziell für Mode- und Lifestylemarken entwickelten Software und seinem Full-Service-Angebot setzt Hermes NexTec neue Maßstäbe für Onlineshops



**S**chöne, bunte www-Welt: Sie ist ein globaler Marktplatz, geöffnet an sieben Tagen in der Woche für 24 Stunden. Tausende, Hunderttausende, Millionen von möglichen Kunden sind nur einige Mauseklicks entfernt. Was für eine Chance!

Und was für ein Problem. Denn wie gewinnt man diese Kunden? Wie stellt man sie zufrieden? Was füllt die Warenkörbe und die Kassen?

Bei einem Ladengeschäft ist es klar: eine gute Lage, ein schön dekoriertes Schaufenster, kompetente Verkäuferinnen, gute Waren zum fairen Preis – da kann eigentlich nicht mehr viel schiefgehen. Doch wie lässt sich eine feine Seidenbluse in der virtuellen Welt verkaufen, in der man sie nicht anfassen, nicht anprobieren kann? Wie sollen die Kundinnen bezahlen, wie umtauschen? Und wie behält der Onlineshop gegenüber der Konkurrenz die Nase vorn?

Viele Fragen. Viel Zeit zu ihrer Beantwortung bleibt nicht – Hardware, Software und Geschäftsmodelle rund ums Internet entwickeln und verändern sich rasant. Nur eines steht fest: Auf E-Commerce und eine attraktive

Online-Plattform im Internet kann kein Handelsunternehmen verzichten, will es eine gewisse Größe erreichen. Um die immer komplexer werdenden Herausforderungen zu meistern, suchen Unternehmen nach Spezialisten, deren Kompetenz die ganze Bandbreite des E-Commerce umfasst.

Eben das ist die Stärke von Hermes NexTec. Die im Herbst 2010 mit Hauptsitz in Hamburg gegründete Firma ist eine 100-prozentige Tochtergesellschaft der Hermes Fulfilment GmbH. Peter Hofmann, einer der NexTec-Geschäftsführer, umreißt das Leistungsspektrum: „Wir sind spezialisiert auf die Entwicklung und den Betrieb von Onlineshops im Bereich von Mode, Beauty und Lifestyle. Wenn der Kunde es wünscht, bieten wir ihm einen 360-Grad-Service: von der Konzeption und Umsetzung des Onlineshops und dem täglichen Betrieb über die Vermarktung bis hin zum Kundenservice.“

„Damit nicht genug, stehen über unsere Partner Hermes Fulfilment und Hermes Logistik Gruppe Deutschland weitere Dienste zur Verfügung, etwa die Lagerung der Ware, das Retourenmanagement und die Auslieferung bis an die Wohnungstür.“

## Das Rundum-sorglos-Paket

Alles aus einer Hand: Als erster Kunde hat die Lifestylemarke ARQUEONAUTAS das Angebot des „360 Grad E-Commerce“ angenommen. Im September 2011 ging [arqueonautas.de](http://arqueonautas.de) mit einem umfangreichen und anspruchsvollen Shop online.

Dass NexTec nicht einmal ein Jahr nach Firmengründung bereits einen Mandanten im Internet präsentierte, ist eine respektable Leistung, die Geschäftsführer Holger Lendner freut, ihn jedoch nicht überrascht: „Unsere Mitarbeiter haben Erfahrung in allen Bereichen des E-Commerce, viele haben bereits früher Webshops für große Modefirmen entwickelt oder mitgestaltet. Wir wissen also, worauf es ankommt – und was man noch ein bisschen besser machen kann.“

Dajana Römer ist bei [www.arqueonautas.de](http://www.arqueonautas.de) zuständig für das Contentmanagement. Gerade ist sie dabei, das Schaufenster des Shops zu dekorieren, die Startseite. In einem Laden kleidete sie vielleicht Schaufensterpuppen ein, hier positioniert sie auf dem Bildschirm Fotos, die bei einem Mode-Shooting von Kevin Costner

gemacht wurden. Der amerikanische Schauspieler, Regisseur und Produzent, der für seinen Film „Der mit dem Wolf tanzt“ mehrere Oscars erhielt, ist Partner von ARQUEONAUTAS.

„Im Wesentlichen geht es bei der inhaltlichen Gestaltung eines Onlineshops darum“, sagt Römer, „auch im Internet ein Einkaufserlebnis zu schaffen.“ Fotos und Texte sollen informieren, zugleich aber auch Emotionen vermitteln und Lust auf die Marke machen. Deshalb gibt es etwa ein ARQUEONAUTAS-Magazin: Die Zeitschrift im Web – „Von Abenteurern für Abenteurer“ – beschreibt mit Reportagen und Porträts die Unterwasserwelt von ARQUEONAUTAS: Der Namensgeber für die Lifestylemarke ist eigentlich ein portugiesisches Schatzsucher-Unternehmen, das Reichtümer, etwa chinesisches Porzellan aus der Ming-Zeit, aus Schiffswracks birgt, um sie als maritimes Weltkulturgut zu bewahren.

## Kreativ und intuitiv

Weil die Modekollektion mit Drucken und Applikationen die Welt der Seefahrer und Schatzsucher zitiert, gibt Römer dem Onlineshop ein meerver-

*„Wir bieten den Kunden einen 360-Grad-Service – von der Konzeption des Onlineshops bis zur Vermarktung.“*

PETER HOFMANN

„SMARTPHONES  
UND TABLETS WERDEN  
DAS EINKAUFEN  
REVOLUTIONIEREN.“

HOLGER LENDNER





bundenes Flair. Wellen sind auf den Seiten zu sehen, Hafensichten, Holzbohlen, dicke Taue.

„Die Seiten sollen abwechslungsreich sein“, sagt Römer. „Doch sie dürfen nicht zu verspielt sein und die Kunden vom Kauf ablenken.“ Einmal in der Woche – bei Sonderaktionen oder zu speziellen Anlässen wie Weihnachten auch häufiger – werden neue oder andere Produkte herausgestellt.

Nicht jedes Hemd, das im Laden verkauft wird, eignet sich allerdings auch für einen Onlineshop. „Farben werden von Computer zu Computer unterschiedlich wiedergegeben“, sagt die Contentmanagerin. „Was als türkisgrün gedacht war, sieht auf manchen Bildschirmen türkisblau aus – und sorgt später eventuell für Kundenreklamationen.“

Das oberste Gebot bei aller kreativen Gestaltung lautet jedoch: Der Shop soll einfach und intuitiv nutzbar sein – und vor allem schnell. Dies zu gewährleisten ist die Aufgabe von Nick Hartmann. Er ist der Shopmanager von arqueonautas.de und sitzt seiner Kollegin Römer gegenüber. NexTec hat eine eigene Shop-Software

entwickelt, die auf die speziellen Bedürfnisse der Mandanten flexibel angepasst werden kann. Jeder einzelne Artikel lässt sich auf nur einer Seitenebene betreuen – lästiges Hin- und Herschalten zwischen verschiedenen Seitenebenen entfällt.

„Das Shopsystem ist in Module unterteilt“, erläutert Hartmann. „So können wir schnell, flexibel und kostengünstig reagieren, wenn Änderungen oder Updates nötig sind.“ Ein weiterer Vorteil: Die Handhabung des Shops wird einfacher und komfortabler – ein wichtiger Aspekt für die unkomplizierte Verwaltung des Shops.

Mithilfe zahlreicher Analyse-Tools kann Nick Hartmann zudem messen, wie ein Kunde die Webseiten nutzt. Wo schaut er zuerst hin? Was legt er in den Warenkorb? Weshalb werden Kaufvorgänge abgebrochen? Die täglich ermittelten Daten helfen, das Angebot des Shops zu verbessern. Wenn eine Bluse häufig gekauft, später jedoch gerade in Größe S auffällig oft retourniert wird, kann das ein Hinweis für die zukünftige Produktion sein: Offenbar ist die Passgröße falsch gewählt.

Das ist kein bloßes Datensammeln, sondern das Aufbereiten von Ergebnissen, die praktische Relevanz haben. „Wir denken erst, dann machen wir, schließlich messen wir“, sagt Hartmann lakonisch. „Zu verbessern gibt es immer etwas.“

### Die Welt wird klein

Das liegt auch daran, dass die Konkurrenz nicht schläft, die Erwartungen der Kunden steigen und sich die Welt des E-Commerce immer schneller dreht. Social-Media-Dienste wie Facebook verändern die Kommunikation zwischen Kunden und Firmen, Tablet-Computer wie das iPad sind für das mobile Shopping ideal.

Schon heute ist es für viele selbstverständlich, beim Einkaufsbummel mit dem Smartphone Preise zu vergleichen, Schnäppchen aufzuspüren – und gleich zu bestellen. Dazu reicht es, das Smartphone gegen einen QR-Code zu halten, einen „Quick Response“-Strichcode, der das Smartphone mit der Website des Unternehmens oder sogar direkt mit dem Angebot verbindet. Holger Lendner ist sich sicher: „Die neuen

Anwendungen werden das Kaufverhalten revolutionieren.“

Damit dies reibungslos funktioniert, müssen die Software-Programmierer jedoch noch manche Hürde überwinden. NexTec hat für ARQUEONAUTAS eine App geschaffen, eine Anwendungssoftware, die den Onlineshop auch auf dem vergleichsweise kleinen Tablet-Computer präsentiert. Ein Tippen hier, ein Fingerspreizen dort, schon öffnet sich die Unterwasserwelt in ihrer ganzen maritimen Schönheit.

Inzwischen arbeitet NexTec daran, die Shop-Software nicht nur in Deutschland, sondern auch in Brasilien, Russland und China anzubieten, Länder, die ein gewaltiges Potenzial für E-Commerce besitzen. Natürlich sind die Sprachen anders, müssen in der Software Schnittstellen angepasst oder verändert werden. „In allen Regionen setzen wir unsere Shop-Software als gemeinsame Basis ein, die dann auf die jeweiligen Länderspezifika angepasst wird“, sagt Holger Lendner. „Darin sehen wir für NexTec ein vielversprechendes Geschäft.“



Michael Otto und Kevin Costner. Der US-Schauspieler ist Partner der maritimen Modemarke ARQUEONAUTAS

### Hermes NexTec

2010 als Tochter der Hermes Fulfilment gegründet. Der Full-Service E-Commerce-Dienstleister bietet Unternehmen aus der Fashion- und Lifestyle-Branche alle Services rund um den Onlineshop-Betrieb aus einer Hand. Die Onlineshops arbeiten auf Basis der eigenen, modular aufgebauten E-Commerce-Software. Mit dem Integrated Management System (IMS) der Software werden auch Administration, Pflege und Umsetzung von Shop-Inhalten sowie Online-Marketingmaßnahmen verwaltet. Zum Leistungsbaustein Shop-Management gehören etwa Suchmaschinenoptimierung und Besucheranalysen, zum Contentmanagement Leistungen wie zielgruppen- und markengerechte Produktbeschreibungen, Newsletter und individuelle Produktfotografie.