

Das Beste aus Thüringen.

OTZ.de

In Kooperation mit Thüringer Allgemeine und Thüringische Landeszeitung.

Männer kaufen anders: dotSource aus Jena mit cleverer Umsatzsteigerung



Christian Otto Grötsch und Christian Malik (von rechts) haben vor sieben Jahren mit drei Mitarbeitern "dotSource" gegründet. Nach Einschätzung des Bundesverbandes der Digitalen Wirtschaft belegt das Jenaer Unternehmen aktuell Platz zwei der am schnellsten wachsenden Internetagenturen. Zum heute 60-köpfigen Team gehören auch Designer Sascha Mihank und Marketing-Fachfrau Anne-Katrin Meisel. Foto: Angelika Schimmel

Die Internetagentur dotSource steigert seinen Umsatz um zehn Prozent. Weil in dem Unternehmen Spezialisten arbeiten, die wissen, was Frauen wollen und wie Männer suchen, sind die Online-Shop-Lösungen der Jenaer so erfolgreich und gefragt.

Jena. Wenn Herr P. seine Fotoausrüstung um ein Makroobjektiv erweitern möchte, betreibt er wochenlang Marktrecherchen vergleicht in Online-Shops Produkte, konsultiert Expertenforen und schmökert sich durch Nutzer-Kommentare. "Ich weiß, was ich will", sagt er. Und: "Man bekommt mit der Zeit ein Gefühl dafür, wo glaubwürdige Kommentare abgegeben werden, und wo man vorsichtig sein sollte." Dann bestellt er bei dem Anbieter, mit dem er schon mehrfach gute Erfahrungen gemacht hat, das Produkt seiner Wahl.

Pullover, eine Krawatte oder gar Unterwäsche über das Internet zu kaufen, käme für Herrn P. nie in Frage: "Ich muss die Stücke befühlen und sehen können, ob ein Teil auch passt", begründet er seine Abneigung für diese Art des Einkaufens von Hose und Co. Außerdem ist er genervt, wenn er sich durch Dutzende Jeans-Angebote oder Hunderte T-Shirts klicken soll.

Mit dieser Einstellung ist Herr P. nicht allein. "Männer sind häufig erleichtert, sich nicht selbst um die Auswahl von Kleidung kümmern zu müssen. Stattdessen sind sie dankbar, Empfehlungen zu erhalten, was gut aussieht und wie es kombiniert wird", weiß Christian Otto Grötsch, neben Christian Malik einer der beiden Geschäftsführer der Internetagentur dotSource aus Jena. Beim Bummel durch eine Ladenstraße in Jena, Erfurt oder Gera sei das genauso wie beim Einkaufen via Internet. Mit "Curated Shopping", einer Art betreutem Einkauf in einem Online-Shop, soll den Männern dabei geholfen werden und sie als Zielgruppe für den E-Commerce gewonnen werden.

Für Frauen, von denen man weiß, dass sie sich auch beim Einkaufen via Internet gern

durch Kataloge inspirieren lassen oder auf die Empfehlungen von Bekannten setzen, gibt es "Celebrity Commerce". Der Trend aus den USA verspricht "schöner shoppen" dank personalisierter Empfehlungen. Film- oder Popstars werden als exklusive Präsentatoren von eben solchen Produkten angeheuert.

"Auf diesem Gebiet passiert derzeit ungeheuer viel, die Betreiber von Online-Shops haben erkannt, dass ihre Offerten noch stärker auf die Bedürfnisse der Käuferschaft zugeschnitten sein und zusätzlichen Service bieten müssen", erklärt Grötsch.

Und genau das in den Online-Shops und auf den E-Commerce-Plattformen umsetzen, das können die Mitarbeiter der Internetagentur dotSource, die Grötsch vor sieben Jahren gemeinsam mit Malik gründete. "Wir sind vor sieben Jahren mit drei Mitarbeitern an den Start gegangen, heute gehören 60 feste Angestellte und fast 30 freie Mitarbeiter, Werkstudenten oder Praktikanten zum Team", bilanziert Grötsch. Gemeinsam habe man im abgelaufenen Jahr 2012 einen Umsatz von 4,32 Millionen Euro erwirtschaftet und damit ein Plus von zehn Prozent zum Vorjahr. Damit sei der Aufwärtstrend fortgesetzt worden wenn auch etwas schwächer als in den Vorjahren, wo zwischen 50 und 70 Prozent Zuwächse erreicht wurden. "Unser Geschäftserfolg ist auf die stärkere Nachfrage nach E-Commerce und Social Commerce-Lösungen zurückzuführen", ergänzte Christian Malik. Besonders in den Branchen Verlagswesen sowie Mode und Schmuck habe dotSource im letzten Jahr wichtige Projekte zum Erfolg führen können. So wurde für Swarovski ein neues Designkonzept im Online-Shop umgesetzt und der amerikanische Schmuckhersteller Chamilia bei der Neuentwicklung seines Online-Shops unterstützt. Offenbar wissen die Spezialisten des Jenaer Unternehmens besonders gut, wie etwas glitzern muss, damit Frauen von der Betrachterin zur Käuferin werden.

"Die Marketingabteilungen der Unternehmen beschäftigen sich mit ihrer Zielgruppe, ihren Produkten, dem Verkaufsziel. Deren Konzepte technisch umzusetzen, das ist der Part von dotSource "von der ersten Idee über die Farben, vor denen die Produkte präsentiert werden, bis zur Einbindung von Serviceangeboten oder Blogs".

Die Herausforderungen für die Programmierer wachsen dabei enorm, besonders durch die Verbreitung mobiler Geräte, mit denen Mann und Frau online gehen können. "Die Tasche, die die Kundin sich anschauen möchte, muss auch auf dem kleineren Monitor gut zu sehen sein, ebenso im Hoch- oder Querformat, je nachdem, wie der Nutzer sein Handy oder Table-PC hält. Details müssen vergrößert werden können und Buttons müssen größer als üblich werden, damit sie auch mit dem Finger angeklickt werden können.

Dabei reicht das Fachwissen der Programmierer längst nicht mehr aus. "Wir haben in Zusammenarbeit mit der Bauhaus-Universität in jüngster Vergangenheit eine ganz neue Abteilung aufgebaut, die der Designer und Konzipierer", berichtet Christian Grötsch. Die Diplomdesigner aus Weimar entwerfen nicht nur Clips und Elemente für Web-Seiten, sie erarbeiten komplette E-Commerce-Strategien für die Unternehmen.

Ein Trend ist dabei nicht zu übersehen: das klassische Verkaufsgeschäft und der Onlinehandel werden immer mehr miteinander vernetzt. Christian Grötsch: "Künftig wird es normal sein, dass man, falls im Laden die richtige Größe der ausgesuchten Hose nicht vorhanden ist, diese per Klick im Online-Shop des Händlers bestellt. Oder, dass über einen Bildschirm in der Umkleidekabine Schuhe und Tasche eingeblendet werden, die zum gewählten Outfit passen würden. "

Im Gegenzug gibt es bereits Online-Shops, in denen virtuelle Ankleidepuppen mit den

Maßen des Kunden die Modefavoriten präsentieren oder solche, die per Webcam den Körper des Kunden scannen und ihm danach Shirts, Dessous oder Hosen in der passenden Größe nach Hause geschickt werden. "Es geht immer noch erst los im E-Commerce", sagt Christian Grötsch, der mit seiner Firma auch weiterhin die Trends mitbestimmen will.

Angelika Schimmel / 17.02.13 / OTZ

Z81D2FI420455



Videos, die Sie interessieren könnten

powered by Taboola



Spur der Verwüstung auf der A9 im Saale-Orla-Kreis



AKW Tschernobyl: Turbinenhalle eingestürzt



Werbung mit essbaren Leichenteilen

Placetal Telefonanlage

www.placetal.de

Die TK-Anlage aus der Cloud. Jetzt bis 50% Rabatt auf snom Telefone

Schülerausweise

www.ihre-kartendrucker.de

Komplettsysteme für Ihre Schule

Kartendrucker und Software **Google**-Anzeigen