

Abo-Commerce mit Mansbox: "Man muss den Kunden in seinem Lebenskontext erreichen"

15. OKTOBER 2012 VON MICHAEL FIRNKES • KOMMENTAR VERFASSEN



"Wir haben Mansbox entwickelt, damit Männer endlich wieder die Zeit für das Wesentliche haben". Ein selbstbewusstes Statement, für ein selbstbewusstes StartUp. Mansbox-Gründer und Geschäftsführer Christian Otto Grötsch im Interview mit MeinStartup.com:

„Wir schicken dir regelmäßig Unterwäsche, Shirts und Socken“, das verspricht die Mansbox. Nun gab es ja bereits ähnliche Geschäftsmodelle im In- und Ausland. Wie entstand der Entschluss, dennoch einen entsprechenden Onlineshop auf den Markt zu bringen?

Als E-Commerce-Agentur realisieren wir für unsere Kunden Projekte von der ersten Idee bis zum Hosting. Daher ist es uns wichtig, neue Geschäftsmodelle und Onlineshop-Funktionen selbst zu testen. Neben dem Abo-Commerce-Modell Mansbox betreiben wir seit 2007 das Liveshopping-Portal [Preisbock.de](#). Beide Konzepte sind für uns wesentliche Testballons, um zu schauen, was auf dem Markt möglich ist.

Durch Preisbock haben wir neben den technischen Learnings im Magento Bereich Erfahrungen im Online-Marketing sowie im Shop- und Community-Management sammeln können. Darüber hinaus lernen wir durch Preisbock und Mansbox wichtige Versandhandelsprozesse first-hand kennen. Dadurch sind wir in der Lage, uns in unsere Kunden hineinversetzen, denn wir wissen um ihre Situation und die Herausforderungen, vor denen sie stehen – und das ist ein Vorteil, auch gegenüber unseren Wettbewerbern.

Solche E-Commerce-Abo-Modelle gibt es noch nicht allzu lange, oft operieren diese in Nischenmärkten. Ist aus Ihrer Sicht dennoch genug „Platz“ am Markt für diverse Anbieter im gleichen Segment?

Ich denke, dort, wo es einen regelmäßigen Bedarf für ein bestimmtes Produkt gibt, können Abo-Commerce-Modelle funktionieren. Mit Socken und Unterwäscheartikeln ist das gegeben. Entscheidend ist aber auch die Zielgruppe. Bei Mansbox sprechen wir ausschließlich Männer an. Anders als Frauen haben sie keinen Spaß daran, stundenlang durch Einkaufszentren zu bummeln: Shopping muss für sie zweckmäßig und mit geringem Zeitaufwand verbunden sein. Mansbox bietet ihnen diese Art des Einkaufens.

Der Großteil unserer Kunden bezieht schon über mehrere Bestellperioden hinweg seine Unterwäsche bei uns. Unsere Erfahrung zeigt, dass eher die Zusammenstellung der Mansbox geändert, als das Abo komplett storniert wird. Gerade diese Flexibilität macht das Abo interessant und sichert ihm seinen Platz am Markt.

Mansbox geht seine Vermarktung mit einer guten Prise Humor an, „damit Männer endlich wieder die Zeit für das Wesentliche haben“. Trägt das Medium Internet dazu bei, nicht jedes Geschäftskonzept gleich allzu „ernst“ und konservativ an den Markt zu bringen?

Wenn E-Commerce-Konzepte funktionieren sollen, müssen sie den Kunden in seinem Lebenskontext erreichen, ihn persönlich ansprechen und ihm einen echten Mehrwert bieten. Die Flut der Angebote, unter denen sich ein Kunde im Onlinebereich entscheiden muss, gebietet geradezu ein hohes Maß an Kreativität.

Sie betreiben auch unter anderem den sehr erfolgreichen Blog handelskraft.de. In wie weit hilft Ihnen dieses Instrument bei der Suche neuer Partner aber auch Kunden?



Christian Otto Grötsch

[Handelskraft.de](#) existiert seit 2007 und zählt mittlerweile zu den führenden deutschsprachigen E-Commerce Blogs mit ca. 4.000 Feed-Lesern. Unser Ziel ist es, die wirklich wichtigen Entwicklungen des Handels und des Web 2.0 zu erkennen und herauszustellen. Unsere Autoren sind alle bei dotSource tätig und können aufgrund ihrer Berufserfahrung fundiert und pointiert Stellung zu aktuellen Themen nehmen, wie E-Commerce Innovation in B2B und B2C, Herausforderungen für den Versandhandel, Social Media Best Practices, neuartige Payment Lösungen, Chancen durch die mobile Revolution.

Mit diesem Branchen-Know-how hat es Handelskraft unter die Top E-Commerce Blogs der t3N geschafft. Sicher auch ein Grund, warum immer wieder sehr gerne Medienpartnerschaften, d. h.

Ankündigungen, Nachberichterstattung oder Bannerimplementierungen, angefragt werden. Interessierte, die ein E-Commerce oder Social Media Event planen, können uns unter info@handelskraft.de kontaktieren.

Ist Ihr Unternehmen noch auf der Suche nach personeller Unterstützung?

Wir suchen ständig engagierte Mitstreiter für in der PHP- und Java-Entwicklung sowie in den Bereichen Qualitäts- und Projektmanagement. Als Kooperationspartner der regionalen Hochschulen vergeben wir praxisorientierte Bachelor- und Masterarbeitsthemen. Studierenden geben auch die Möglichkeit, ihre Arbeitsergebnisse auf unserer Forschungsplattform unter www.dotSource.de/labs zu veröffentlichen. Unsere Job- und Ausbildungsangebote sowie Praktikumsmöglichkeiten sind zu finden unter www.dotSource.de/jobs.

Über Christian Otto Grötsch

2006 gründete Christian Otto Grötsch zusammen mit Christian Malik die E-Commerce-Agentur [dotSource](#). Mansbox ist ein Projekt der Preisbock GmbH, einer 100-prozentigen Tochter der dotSource. Preisbock.de ist seit seiner Gründung 2007 eines der beliebtesten deutschen Liveshopping-Portale im Internet. Die Debatte um Trends und neue Geschäftsmodelle im E-Commerce gestaltet dotSource über die Fachblogs www.handelskraft.de und www.socialcommerce.de aktiv mit.