

ECC-Interview

Die Digitalisierung des Buchhandels

10 Fragen an...

Dr. Gerd Robertz,
Geschäftsführer von buecher.de (www.buecher.de)
im Gespräch mit dem ECC Handel



...im Rahmen des ECC Handel Praxisbeispiels „Von der Notwendigkeit des Strategiewechsels im Zeitalter der Digitalisierung“

ECC Handel:

Herr Dr. Robertz, welche mittel- und langfristigen Ziele stehen im Vordergrund Ihres Unternehmens, insbesondere im Blick auf die Digitalisierung?

Dr. Gerd Robertz:

Buecher.de wird sein starkes Wachstum auch künftig fortsetzen. Wir werden unsere hohe Kompetenz im Buchvertrieb nutzen, um innovative Buchthemen umfassend und kundennah zu besetzen, beispielsweise in den Bereichen Print-on-Demand und E-Books. Im Non-Book Bereich wird das Sortiment schrittweise erweitert, wobei der Positionierungsanker Buch- und Medienvertrieb stets im Vordergrund steht.

ECC Handel:

In welchen Bereichen des Online-Handels sehen Sie den größten Erfolg Ihres Unternehmens?

Dr. Gerd Robertz:

Unseren Kunden bieten wir ein umfassend positives Einkaufserlebnis - angefangen von der ersten Kundenansprache über unseren Shop, die Logistik bis hin zum After-Sales Service. Der Erfolg liegt im Zusammenspiel der einzelnen Bereiche. Das Leistungsversprechen in der Kundenansprache wird in den weiteren Prozess-Schritten eingehalten. Ziel ist es, die von uns geweckte Kundenerwartung mindestens zu übertreffen. Idealerweise schaffen wir es, den Kunden zu begeistern.

ECC Handel:

Welche besonderen Stärken und Schwächen zeichnen sie gegenüber Ihren Wettbewerbern aus?

Dr. Gerd Robertz:

Wie unsere Domain "buecher.de" signalisiert, legen wir unseren Schwerpunkt auf Exzellenz im Bereich Buch. In unserem Shop schätzen Kunden die gewaltige Auswahl von deutlich über fünf Millionen Produkten. Neben unserem deutschsprachigen Buchsortiment führen wir annähernd eine Million englischsprachige Titel. Abgerundet wird das Buchangebot durch ein breites und tiefes Hörbuchsortiment sowie durch inzwischen über 50.000 E-Books. Unsere Kompetenz zeigt sich insbesondere im Fachbuchbereich, wo wir durch die Zusammenarbeit mit wichtigen Verlagen das Sortiment kontinuierlich pflegen. Spannend für den Kunden sind unsere tagesaktuellen Rezensionen der Frankfurter Allgemeinen Zeitung und der Süddeutschen Zeitung.

Die hohe Kompetenz im Buchbereich haben wir genutzt, um systematisch Nonbook-Sortimente aufzubauen. In erster Linie sind dies die Bereiche Musik und Film, seit einiger Zeit aber auch die Bereiche Spielwaren und Games sowie Elektronik. In allen Produktbereichen schätzen unsere Kunden die versandkostenfreie Lieferung ohne Mindestbestellwert sowie die reibungslose und perfekt abgestimmte Logistik.

ECC Handel:

Mit welchen strategischen und marketingtechnischen Bestrebungen erhöhen Sie die Bedeutung bzw. die Bekanntheit des Unternehmens?

Dr. Gerd Robertz:

Wir glauben, dass es keine bessere Investition in die Marke buecher.de gibt als das direkte Kundenerlebnis. Wer einmal bei buecher.de eingekauft hat, wird gerne wieder kommen. Hieraus folgt, dass sich unsere Marketingaktivitäten weiterhin stark daran ausrichten werden, Kunden in unseren Shop zu leiten und Ihnen von dort aus ein Top-Einkaufserlebnis zu ermöglichen. Dies werden wir über zielgerichtete Marketingkanäle tun.

ECC Handel:

Welche Warengruppen des Online-Handels wollen Sie in Zukunft weiter ausbauen?

Dr. Gerd Robertz:

Wir werden weiterhin in den Bereich Buch investieren, wozu wir neben gedruckten Büchern selbstverständlich auch E-Books zählen. Die heute im Shop befindlichen Nonbook-Warengruppen werden in ihrer Sortimenttiefe weiter ausgebaut werden. Wir werden keine Warengruppe abbauen, da wir in allen Bereichen Potenzial für profitables Wachstum sehen.

ECC Handel:

Was für Probleme bzw. Hindernisse sehen Sie bei der Zielverwirklichung?

Dr. Gerd Robertz:

Natürlich gibt es die üblichen operativen Herausforderungen, denen sich jedes Unternehmen Tag für Tag stellen muss. Die Kunst ist es, diese zu meistern und den Blick auf das Ziel gerichtet zu haben.

ECC Handel:

Welche Bedeutung hat Mobile-Commerce für buecher.de bzw. wird er zukünftig haben?

Dr. Gerd Robertz:

Im Mobile Commerce gehen wir von sprunghaften Wachstumsraten aus. Insbesondere im Bereich digitaler Produkte sehen wir hier große Potenziale für buecher.de. Diese Potenziale werden wir teilweise in Eigenregie und teilweise mit Partnern erschließen.

ECC Handel:

Wie sehen Sie die Zukunft von E-Books? Inwiefern sehen Sie in diesen eine Gefahr für das klassische Buch?

Dr. Gerd Robertz:

Wir sind begeistert von den Möglichkeiten, die sich dem Kunden durch E-Books erschließen. Bereits heute führen wir ein umfassendes Sortiment an E-Readern und bieten über 50.000 E-Books zum Download an. Wir glauben, dass es in einigen Bereichen zu einer teilweisen Verlagerung von gedruckten zu digitalen Büchern kommen wird. Die insgesamt zu erwartenden positiven Impulse für den gesamten Buchmarkt sind jedoch erheblich. So wird es mit E-Books möglich sein, Käufergruppen zu erreichen, die in der Vergangenheit immer seltener zum Buch gegriffen haben.

ECC Handel:

Welche zusätzlichen Web 2.0-Applikationen sind für Sie von Interesse?

Dr. Gerd Robertz:

Web 2.0-Applikationen sind seit geraumer Zeit selbstverständlicher Bestandteil des buecher.de Shops. Besonders auffällig ist das im Bereich der zahlreichen Buchrezensionen, die unsere Kunden jeden Tag verfassen. Auch die von unseren Kunden zusammengestellten Artikellisten werden stark genutzt. Web 2.0 Applikationen werden von uns immer dahingehend geprüft, ob sie das Kundenerlebnis im Shop verbessern. Wir vermeiden daher Applikationen, die als störend oder aufdringlich empfunden werden.

ECC Handel:

Herr Dr. Robertz, ganz herzlichen Dank für dieses Interview.

Das Interview führten Philipp Hoppe (h.hoppe@ifhkoeln.de) und Aline Eckstein (a.eckstein@ecc-handel.de) im Februar 2010.