Betten Hottmann, Tübingen

„Online ist mein neues Schaufenster“

Tübingen. Bettenfachhändler Andreas Kramer hat sich in Sachen Digitalisierung breit aufgestellt: Neben seinem Geschäft in der Tübinger Innenstadt und einer informativen Website betreibt er einen eigenen Webshop und nimmt am Online-Marktplatz wir-liefern.org teil – mit einigem Erfolg.

Familienbetrieb: Andreas Kramer und seine Frau führen Betten Hottmann seit fünf Jahren.

Als Andreas Kramer das Traditionsgeschäft Betten Hottmann vor fünf Jahren übernahm, war für ihn ganz klar: Digitalisierung ist ein wichtiges Thema. „Schließlich möchte ich meinen Laden irgendwann an die nächste Generation weitergeben“, sagt der Fachhändler. Stationäre Händler, die sich der Digitalisierung verschließen, werden früher oder später große Schwierigkeiten bekommen, da ist sich Kramer sicher.

Trotzdem kann er verstehen, warum viele Kollegen sich mit dem Thema noch immer schwertun. „Es bedeutet in jedem Fall einen großen Einschnitt.“ Man sei plötzlich immer erreichbar, müsse viele gewohnte Strukturen verändern und die Mitarbeiter mit ins Boot holen. „Aber wer im Geschäft gut mit Kunden umgehen kann, ist nicht automatisch auch ein Online-Verkäufer.“ Der Rat des Tübinger Händlers lautet daher: Digitalisierung ja, aber im Rahmen der eigenen Möglichkeiten.

„Wichtig ist vor allem, von den Kunden wahrgenommen zu werden“, meint Kramer. Früher sei dafür das stationäre Schaufenster zuständig gewesen, heute müsse man die Menschen eben zu Hause, vor dem Computer oder am Smartphone erreichen. „Online ist mein neues Schaufenster“, so der Händler.

Sei die Aufmerksamkeit erst einmal geweckt, komme es darauf an, online die eigenen Vorteile auszuspielen. Schließlich sei der Wunsch der Kunden nach wie vor derselbe: Ihr Bedarf solle maximal gut gedeckt werden. „Hier können wir als Fachhändler punkten“, findet Kramer. „Wir können persönlich beraten, wahlweise digital oder im Geschäft, eine gute Vorauswahl an Produkten treffen und einen umfassenden Service bieten.“ Statt die meisten Waren oder die niedrigsten Preise zu haben, solle der Fachhandel lieber darauf setzen, seine Stärken zu digitalisieren. Bei der technischen Umsetzung seines digitalen Konzepts greift der Tübinger Händler auf das Angebot des Bettenrings zurück (siehe auch folgende Seiten). „Einmal eingerichtet, kann ich meine Website und meinen Webshop verwalten, ohne dass ich tiefe Computerkenntnisse habe“, lobt Kramer das Engagement seines Verbandes.

Zusätzlich nutzt der Tübinger den Online-Marktplatz „wir-liefern.org“. „Auf der Suche nach Möglichkeiten, meine Reichweite zu erhöhen, ohne 14 Prozent Provision an Amazon zu zahlen, bin ich auf die Plattform aufmerksam geworden“, berichtet er. Die Teilnahme ist für den Händler kostenlos und beschert ihm Kunden in ganz Deutschland und sogar in der Schweiz. Zusätzlicher Vorteil: Mehr Präsenz im Netz sorgt für eine bessere Platzierung in den Suchanfragen. In Krisenzeiten, wie wir sie gerade erleben, verschafft das digitale Engagement Betten Hottmann einen klaren Vorteil. „Ich kann aktiv sein, auch wenn mein stationärer Laden geschlossen ist“, freut Andreas Kramer sich. Aber auch darüber hinaus ist er von den Vorteilen, die seine Präsenz im Netz ihm verschafft, überzeugt.

„Viele schimpfen ja auf das Internet als Konkurrenz“, meint er. „Ich finde, man muss das positiv sehen: Noch nie konnte man so viele Leute so einfach erreichen wie jetzt – sowohl lokal als auch darüber hinaus.“ Perfekt sei es natürlich, wenn man die Digitalisierung nicht nur als lästige Pflicht ansehe, sondern auch noch Spaß daran habe. Aber der komme, spätestens wenn die ersten Erfolge sichtbar seien.

Digital erlebbar: Betten Hottman zeigt seine Räume im 360-Grad-Format auf der Firmenwebsite.