



Purebred Ecommerce Anbieter suchen vermehrt den Weg in den stationären Einzelhandel, um zum echten Multichannel Anbieter zu werden - so manch ein Experte spricht bereits von einem noch größeren Trend als dem der offline Händler online zu gehen. Jetzt hat ein Online Händler für die stationäre Integration des Gesamtkonzeptes einen renommierten RedDot Award erhalten - Grund genug einmal genauer hinzuschauen.

Mit Brillen vom Ecommerce zum Multichannel Anbieter

Mister Spex, Europas führender Online Optiker, verkauft seit 2007 Brillen, Kontaktlinsen und Sonnenbrillen im Netz wesentlich günstiger. Damit wurde Mister-Spex-Chef Dirk Graber zum „Enfant Terrible“ einer Branche, die stationär mit Rohgewinnen um die 80 Prozent punkten konnte und an deren Margen damit heftig gegraben wurde.

Allerdings konnte der Purebred Online Händler in den ersten Jahren fast nur Sonnenbrillen und Kontaktlinsen verkaufen, denn er musste erkennen, dass das Thema der Brillenwerte komplexer war als ursprünglich gedacht. Daher waren die ersten Schritte in Richtung Multichannel über Kooperationen mit stationären Optikern ein schlüssiger Schritt, um den Kunden die angeforderten Leistungen bieten zu können. Bei den angeschlossenen Partnergeschäften, die zumeist in B- und C-Lagen liegen, können Kunden Sehtest und Anpassungen machen, für die Mister Spex an den Optiker eine Servicepauschale und eine Umsatzprovision für online gekaufte Brillen zahlt.

Nun also der nächste Schritt mit der Eröffnung eines eigenen Ladengeschäfts im Alexa Einkaufszentrum in Berlin. Selbsternanntes Ziel des Stores ist die Stärkung der Marke in beide Richtungen, online wie offline, um neue Zielgruppen für beide Retail-Kanäle zu erschließen. Partner für die Gestaltung des neuen Markenerlebnisses vor Ort war die strategische Kreativagentur dan pearlman Markenarchitektur GmbH aus Berlin.

„Schuster bleib bei Deinen Leisten“

Vernünftigerweise bleibt Mr. Spex seinem ursprünglichen Retail Erfolgskonzept treu und so geht es in dem neuen Store in erster Linie darum, auch stationär das Online-Einkaufserlebnis offline erlebbar zu machen. Das bedeutet, dass das Laden-Konzept die Frage beantworten soll, wie man offline das Vertrauen stärkt zukünftig auch das Internet als Einkaufsalternative für Brillen zu nutzen.

Das Design



Die primäre Aufgabe beim Design bestand also in der Integration von bestehenden Online-Angeboten und Services in die architektonische Gestaltung von Store und Fassade. Klare Strukturen und eine transparent anmutende,

offene Raumführung schaffen eine eine moderne und trotzdem behagliche Atmosphäre. In einer Lounge mit Sitzmöbeln im skandinavischen Design laden Tablets und Magazine zum Verweilen ein.



Über Info-Boards, die den Mister Spex-Prozess erläutern, wird ein direkter Bezug zum Online-Angebot hergestellt. Die Brillen sind analog zu verschiedenen Suchfiltern im Webshop nach Formen sortiert, die jeweils mit unterschiedlichen Gesichtstypen harmonieren. Dem Kunden soll damit eine optimale Orientierung geboten werden in einem Umfeld, in dem er selbstständig auswählen kann. Zu jedem Produkt findet der Kunde eine Mitnahmekarte, die wichtige Informationen wie die passende Gesichtsform, Marke und den Preis aufzeigt. Alles in allem bietet der neue Store ein reales, stationäres Einkaufserlebnis, ohne auf die gelernten und gewohnten Vorteile des Online Erfolgskonzeptes zu verzichten.

Das war dann der aus anerkannten Designern, Professoren, Fachjournalisten und Verlegern bestehenden Red Dot Jury auch einen Preis wert. Sie begründeten ihre Entscheidung für den gewonnenen Award mit der beispielhaft gelungenen Übertragung von Online Kaufprozessen in den stationären Handel.



Das Schlusswort hat der Kunde

Jetzt bleibt nur noch abzuwarten wie der verwöhnte Kunde das Angebot annimmt. Das der stationäre Handel allein durch den Faktor Mensch ganz neue Challenges birgt, und die Anforderungen an persönlichen Service in einer Handelsbranche, die ganz stark von individuellem Vertrauen lebt, extrem hoch sind, wird Mister Spex hoffentlich ins Kalkül genommen haben. Wir wünschen in jedem Fall Erfolg bei diesem spannenden Konzept.