

SWISSMADE.COM – Onlineshop mit Schweizer Mentalität

Marktlücke und CMS-Eigenentwicklung bringen Umsatz

Gute Stimmung Ende des 7. Geschäftsjahres bei subwave Internet – die Firma von Daniel Schulthess hat sich in den letzten Jahren immer mehr auf die eigenen Onlineprojekte (Hauptsächlich internationale Shops für mechanische Uhren aus Russland, Deutschland, China) konzentriert, nachdem man 1999 als typische Webdesign-Firma gestartet war. Das zahlt sich heute aus, ausserdem erscheint der Schritt in die Selbständigkeit rückblickend noch lohnender, weil keine Abhängigkeit von Webdesign-Kunden mehr besteht. Das neue Zugpferd heisst SWISSMADE.COM, ein Konzept das der Internet-Pionier Schulthess schon lange mit sich herumgetragen hatte. Die Idee dazu kam aus dem Umstand, dass grössere Schweizer Onlineshops wegen der unsicheren Kreditkartenzahlungen meist nicht ins Ausland versenden. Ausserdem aus der Nachfrage von Auslandschweizern für Produkte aus der Heimat. Diese erste Zielgruppe begann auch schon bald eifrig zu bestellen – anfänglich brachte das aber noch keinen Gewinn, einzelne Produkte wurden u.a. in der nächsten MIGROS Filiale beschafft. In der Folge konnte eine immer direktere Belieferung erreicht werden, Marken wie Caran D’Ache oder Mondaine zeigten Interesse, auf diese Weise international an Präsenz zu gewinnen, weitere folgten. Das mit Partner Nico Schefer eigens entwickelte Content Management System (CMS) ist so gut für Suchmaschinen optimiert dass bei zahlreichen Begriffen der Shop ganz oben in der Resultatliste erscheint und dies meist nur Stunden nach dem Erfassen eines neuen Produktes. Das ‚shopwave.ch‘ CMS kann auch gemietet oder als Lizenz erworben werden. Heute sind im Shop gegen die 1000 Produkte – 2-3 Dutzend sind aber die eigentlichen Bestseller. Diese werden oft nachgefragt, Schulthess möchte sie aber potentiellen Nachahmern nicht preisgeben – nur soviel : Es ist Einiges an Schokolade (Gerade das neue Nouvel Design bei Cailler Geschenkpackungen zieht enorm), begehrt sind ferner Schweizerkreuz T-Shirts oder der ‚Rex‘ Sparschäler. Dazu CDs, DVDs (‚Grounding‘ schon fast 100 mal verkauft), Bücher, Uhren, Landkarten, Mode, Accessoires, Souvenirs ..

Das Konzept der realen Schweiz

Schulthess, selber in mancher Hinsicht eher Kritiker der Schweiz denn stolzer Patriot, wollte auf keinen Fall dass sein Land im Shop als Postkartenidylle oder kitschiger Souvenirstand dargestellt wird. Solch verklärtes Bild bekommen Besucher von Touristenorten schon zur Genüge vorgesetzt, bestimmt nicht immer nur zu deren Freude. Der dipl. ETH-Architekt hatte während und nach dem Studium immer gerne Konzepte entwickelt, etwa für IKEA (‚Hotel Ikea‘) , für ungenutzte Berliner U-Bahn Schächte (‚Satelliten der Realität‘), oder ein Orientierungssystem in 3D für den Flughafen.

Bei SWISSMADE.COM wurde festgelegt, dass nur die besten Produkte punkto Gebrauchswert, Qualität und Design aus möglichst vielen der typischen Schweizer Themen in den Shop gelangen. Mit dieser Auswahl, einer schlichten Gestaltung und eigenen Texten zu den Produkten wird so eine moderne, reelle Schweiz gezeigt und es wird versucht, gängigen Klischeevorstellungen zu begegnen. Zum Beispiel meinen viele Touristen dass die Kuckucks-Uhren typisch für die Schweiz seien – Schulthess will bald auch welche im Shop haben, die zwar ‚swiss made‘ sind, aber dazu erklären dass Kuckucks-Uhren ursprünglich aus dem Schwarzwald kommen. Oder es hält sich die Vorstellung dass die Ländlermusik fester Bestandteil der hiesigen Kultur ist. Im Shop hat es dann auch Handörgeli CDs, aber besser vertreten sind die Werke von Yello, Young Gods und Lunik. Die sind auch viel beliebter bei den Kunden.

Die Besucherzahlen steigen kontinuierlich; verzeichnete man in den ersten Monaten nach dem Start im Nov. 2004 dank idealer URL und GOOGLE -Werbung etwa 100 User/Tag sind

es inzwischen ohne Werbung gegen die 1500. Der Umsatz liegt derzeit bei etwa 10'000.- Fr. Pro Monat. Ein Grossteil davon wird per Kreditkarte abgewickelt.

Selbsthilfe gegen Kreditkartenbetrug

Das Hauptproblem im internationalen E-Commerce liegt im enorm aktiven Betrugsgeschehen. Anders als allgemein vermutet, findet Betrug hauptsächlich auf Kundenseite statt. Es ist unmöglich dass ein Shop mit Betrugsabsicht länger als ein paar Wochen online ist. Nicht die Kreditkartendaten vom Kunden sind so gefährdet wie man meint, sondern es sind va. die Händler die ein grosses Risiko tragen und bei kaum einer getätigten Transaktion sicher sein können, dass diese nicht schon bald wieder zurückgebucht wird.

Dank der längjährigen Erfahrung kann Schulthess die meisten Betrugsversuche erkennen und Verluste verhindern, aber weil er es fahrlässig findet, dass man als AMEX- oder VISA Partner keinerlei Möglichkeiten hat, klaren Betrug anzuzeigen, eine Karte sperren zu lassen, um so beim Inhaber und weiteren Händlern enormen Schaden zu vermeiden hat er eigens eine Datenbank aller Betrugsfälle der letzten Zeit unter der Adresse www.creditcard-fraud.info in Betrieb genommen. Dort ist die Masche der international arbeitenden Betrügerbanden zu erkennen – es werden IP- und Lieferadressen sowie die Namen der Kriminellen bekannt gemacht. Die Seite erfährt schon eine hohe Beachtung und kürzlich konnte ein amerikanischer Shopbetreiber viertausend US-\$ sparen weil er seinen ‚guten‘ Kunden in der Datenbank wiederfand. Die Betrugsversuche haben seither in den subwave Shops markant abgenommen.



:: **subwave.ch** Internet
Rosengartenstr. 1a
8037 Zürich
Telefon 044 273 43 27
E-Mail info@subwave.com

www.swissmade.com
www.uhrenvertrieb.ch
www.wristwatches.ch

Wir gehen offline: Neu gibt es im Shopville Zürich ein **Schaufenster** (Aufgang Bahnhofquai) mit den wichtigsten Produkten aus den Onlineshops.

Die Uhren werden gezeigt an der **Uhren-Sammlerbörse** im Volkshaus am 22. Oktober
Über das SWISSMADE Projekt hat **swissinfo** im Februar 2005 einen Bericht in verschiedenen Sprachen gebracht – Deutsch :

http://www.swissinfo.org/ger/suche/detail/Online_Shop_mit_Ovo_Co.html?siteSect=881&sid=5545207&cKey=1112430230000