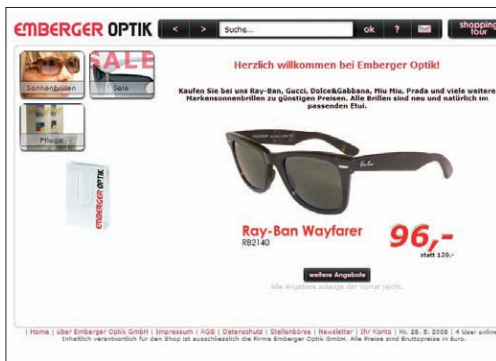


Die Webshop-Dienstleister

Yourmegastore übernimmt die komplette E-Commerce-Betreuung stationärer Händler



Beispielhafte Lösungen: Webshopauftritte der Pilotkunden Emberger Optik sowie Feuer & Glas, mit denen Yourmegastore sein Produkt testete

Die Grundidee zu seinem neuen Projekt kam Rupert Wild bereits Mitte der 1990er-Jahre, als er selbst seinen ersten Webshop eröffnete. Seitdem ließ er die Idee reifen, bis er sich schließlich im April 2007 mit dem Kollegen Maximilian Hemmerle daranmachte, seine Vorstellungen zu Papier zu bringen. Herausgekommen ist dabei nach fünfmonatiger Entwicklungs-, Planungs- und Aufbauphase das Start-up Yourmegastore, ein Dienstleister, der Händlern bei der Eröffnung eines Webshops mit Rat und Tat zur Seite steht – und sich allein auf Erfolgsbasis bezahlen lässt. „Wir bringen den kleinen bis mittleren Mittelstand mit einem einfachen Onlinestore ins Netz“, sagt Hemmerle. „Zielgruppe ist jeder Händler mit mindestens einem realen Ladengeschäft oder außergewöhnlichen Produkten.“

Im September vergangenen Jahres gingen die ersten beiden Pilotstores online. „Damit haben wir viele wertvolle Erfahrungen gesammelt und auch schon erste erfreuliche Umsätze für unsere Shoppartner erzielt“, sagt Hemmerle. Solange Yourmegastore.de eine Unit der White Communications GmbH in München (Geschäftsführer Rupert Wild) ist, agiert der 27-Jährige als Head of Division. Sobald der neue Geschäftszweig jedoch Gewinne abwirft, soll er unter dem geschäftsführenden Gesellschafter Hem-

merle als eigenständige Firma ausgegliedert werden. Der Businessplan sieht vor, dass dies der Fall ist, sobald das Start-up zwölf Partnershops gewonnen hat. Und deren Umsatz kalkuliert Yourmegastore nach eigener Auskunft eher verhalten. Momentan betreut Yourmegastore ein halbes Dutzend Händler. „Noch sind die Vertragspartner überschaubar“, gesteht Hemmerle. „Langsam spricht sich unser Konzept aber herum, sodass sich inzwischen laufend Interessenten bei uns melden.“ Bis Jahresende will Yourmegastore nach eigenen Angaben etwa 50 gut laufende Webshops betreuen.

Umfassende Betreuungsleistung

Diese Betreuung umfasst im Grunde alle Bereiche – von der ersten Beratung und Planungsphase über Design, Programmierung und Domainregistrierung bis hin zur Vermarktung (siehe Kästen). Die Idee dahinter: „Jeder Händler kann mit uns risikofrei, ohne Fachwissen und Anlaufinvestition sofort loslegen und seine Ware professionell anbieten“, sagt Hemmerle. „Wir nehmen ihm die ganzen lästigen Details ab und geben ihm im Bedarfsfall – zum Beispiel für die Logistik – den richtigen Partner an die Hand.“ Der Dienstleister selbst, der alle Aufgaben vorab kostenlos erledigt, will sich über eine individuell vereinbarte Umsatzbe-

teilung refinanzieren. „So entsteht die klassische Win-win-Situation“, ist Hemmerle überzeugt. „Das Tolle ist, dass sich unser Shoppartner sicher sein kann, dass wir ein konsequentes Interesse daran haben, dass sein Shop immer gut läuft.“ In der Regel beträgt die Umsatzbeteiligung zehn Prozent, bei besonderen Produkten – etwa mit sehr geringer Marge – lässt der Münchner Dienstleister allerdings auch noch mit sich reden. Weitere Maßnahmen, um den Abverkauf eines Stores zu fördern, wie Adwords, Affiliate Marketing oder Banner- und Offlinekampagnen, müssen natürlich die Auftraggeber bezahlen.

Außerdem entwickelt White Communications Strategien, die Yourmegastore seinen Vertragspartnern mit an die Hand geben will, um den jeweiligen Webshop bekannt zu machen, sowie Zusatzleistungen wie temporäre Sonderaktionen oder Newsletter. Aber nicht nur um Leistungen, die explizit zu Yourmegastore gehören, wollen sich Wild und Hemmerle kümmern, sondern auch Aufgaben übernehmen, für die sonst ein externer Dienstleister zuständig wäre: „Möchte ein Shoppartner beispielsweise neues Verpackungsmaterial oder gar ein begleitendes Event zur Onlineshop-Eröffnung – wir können ihm das liefern“, erläutert Hemmerle.

Start-up

Wer bisher die hohen Kosten für einen eigenen Webshop scheute, kann sich von Yourmegastore, das Rundumbetreuung bietet, helfen lassen – gegen Umsatzbeteiligung.

In der Reihe „Newcomer vorgestellt“ sind bereits unter anderem erschienen:

- Kennstduenein.de (Ausgabe 8/07)
- Pfandy (Ausgabe 6/07)
- Seatwave (Ausgabe 2/07)

Die vollständige Liste aller Start-ups finden Sie auf www.internetworld.de unter dem Webcode 0802024.

Diese Services übernimmt Yourmegastore.de:

- Beratung
- Programmierung Ihres Onlinestores
- Anbindung an Bezahlungsservices
- Anbindung an Ihr Warenwirtschaftssystem
- Website-Hosting
- Domainregistrierung
- Design
- Produktpräsentation
- (Website-)Marketing

Ihr eigenes Unternehmen wollen die Verantwortlichen zunächst nicht im großen Stil bewerben. Stattdessen setzen sie auf Mund-zu-Mund-Propaganda. „Unsere jetzigen Shoppartner werben fleißig für uns“, so Hemmerle, der darauf setzt, dass sich dieser Werbeeffekt durch jeden weiteren Shoppartner potenziert. Auch im Hinblick auf Fremdkapital ist der Betreiber von Yourmegastore eher zurückhaltend. Generell möchte Yourmegastore eigenfinanziert, sprich mehrheitsbeteiligt bleiben. „Für eine noch bessere Vernetzung durch etablierte Serial Entrepreneurs oder Business Angels sind wir aber offen eingestellt“, fügt Hemmerle an.

Kein unüberschaubarer Flohmarkt

Der Head of Division sieht seine Unternehmen gut genug aufgestellt, um ohne Fremdkapital zu bestehen. „In der Form habe ich auf Händlerseite – selbst weltweit – noch kein vergleichbares Konzept gesehen“, sagt er. Natürlich gebe es genügend Webshopanbieter, die jedoch nicht den gleichen Fullservice-Ansatz in Verbindung mit einer Vergütung auf Erfolgsbasis verfolgten. Und auch Konzepte, die es privaten Verkäufern ermöglichen, einen eigenen Shop aufzumachen, gebe es ausreichend. „Hier unterscheiden wir uns ganz bewusst mit der Auswahl unserer Partner“, so Hemmerle. „Denn die Geschäfte von Yourmegastore sowie deren Produkte sollen Qualität bieten und nicht etwa wie ein riesiger unüberschaubarer Flohmarkt sein.“

Unter www.yourmegastore.de soll allerdings eine Plattform entstehen, die einer virtuellen Shoppingmall entspricht. Die Kunden, die sich zum Beispiel für ein Parfüm einer bestimmten Marke interessieren, werden dort auf einen Shop aufmerksam gemacht, in dem es Sonnenbrillen der gleichen Marke gibt. „Diese Plattform wollen wir dann auch intensiv bewerben“, sagt Hemmerle. *host*



Steckbrief

- **Angebot:** Yourmegastore.de
- **Betreiber:** White Communications GmbH
- **Geschäftsführer:** Rupert Wild sowie Maximilian Hemmerle (Head of Division)
- **Mitarbeiter:** 8 feste
- **Investoren:** eigenfinanziert
- **Geschäftsidee:** Erstellung eines Webshops für stationäre Händler sowie Abwicklung aller begleitenden Maßnahmen
- **Geschäftsmodell:** Refinanzierung mittels individuell vereinbarter Umsatzbeteiligung
- **Launch:** Ende 2007



Die Kundengeschäfte im Blick: Yourmegastore-Chefs Maximilian Hemmerle und Rupert Wild