



Sie befinden sich hier: » Märkische Allgemeine » Nachrichten » Wirtschaft » **Wirtschaft aus der MAZ**

14.04.2009

ONLINEHANDEL: Fachverkäufer für das Internet

Die Potsdamer Excentos hat eine Software entwickelt, die den Kunden zum Produkt führt



Excentos-Gründer Ole Tangermann

POTSDAM - Das Internet ist ein Einkaufsparadies. Viele Onlineshops bieten alles, was das Herz begehrt. Man muss es leider nur erst mal finden. Dass das nicht immer einfach ist, hat auch Ole Tangermann erlebt. „Ich habe immer wieder gemerkt, dass es keine Unterstützung gibt, wenn man nach einem Produkt sucht“, erinnert sich der heute 31-Jährige. Auf den Internetseiten werden zwar Hunderte von Artikeln aufgelistet, aber gerne lieblos untereinander. Statt sich nur zur ärgern, entstand 2004 in seinem Hinterkopf eine Geschäftsidee – die 2006 zusammen mit Nikolaus Kühn zur Gründung der Excentos führte.

Das Ziel: Den guten alten Fachhändler in die digitale Zeit zu retten. Statt einer unübersichtlichen Liste von Produkten erhält der potenzielle Kunde bei den von Excentos betreuten Webseiten eine Beratung, indem ihm „eine Reihe von Fragen unterbreitet werden“, so Tangermann. Statt verschiedene Drucker

anhand von technischen Daten wie dpi-Zahl oder Druckverfahren, die dem Laien wenig sagen, zu präsentieren, wird der Kunde etwa gefragt, was er mit dem Gerät machen und wie viel er ausgeben will. Der Druckerhersteller Brother setzt auf Excentos – aber auch andere renommierte Firmen wie Quelle, Cyberport, Dallmayr und Bosch-Siemens Hausgeräte.

Durch das Frage-Antwort-Spiel wird noch ein Problem gelöst: „Das Schlimmste, was in einem Online-Shop passieren kann, ist, dass der Nutzer bei der Suche Null Treffer angezeigt bekommt“, so Tangermann. Dann ist er nämlich weg – und kauft woanders. Excentos sorgt dafür, dass immer einige Produkte angepriesen werden, eben jene, die am ehesten den Wünschen entsprechen. Tangermann: „Wir sortieren nach Kaufwahrscheinlichkeit.“ Für den Verkäufer hat das noch einen anderen Vorteil, den Tangermann „guided selling“ (geführten Verkauf) nennt. So können bestimmte Waren besonders prominent angepriesen oder etwas höherpreisige Produkte nach oben in die Liste geschoben werden – die aber nicht zu lang werden darf: „Zu viele Informationen nerven den Käufer auch“, sagt der Geschäftsführer.

Wie genau aus den Antworten die passenden Angebote gefunden werden, ist das Geheimnis des Excentos-Programmcodes. An der Verbesserung des sogenannten „Matching-Algorithmus“ (s. Kasten) werkeln inzwischen 14 Voll- und Teilzeitkräfte im Erdgeschoss einer Altbauvilla in der Potsdamer Innenstadt. Und sie arbeiten daran, dass künftig die Software schneller an die Bedürfnisse von neuen Firmenkunden, die eine einmalige Einrichtungsgebühr und einen monatlichen Pauschalpreis bezahlen, angepasst werden kann. Aber eine Lösung von der Stange wird es nie werden.

Denn bei jedem Auftrag „reden wir mit Call-Center-Mitarbeitern, Verkäufern, Produktmanagern und Einkäufern“, erzählt Tangermann. Zunächst müssen die Excentos-Leute schließlich selbst lernen, wie die Produkte der jeweiligen Branche – vom Snowboard bis zum Baustoff – an den Mann gebracht werden und worauf es ankommt. Erst dann können sie daran arbeiten, den digitalen Fachverkäufer an den Start zu schicken.

Finanziert wurde der Start 2006 vom High-Tech-Gründerfonds und zwei Business-Angels, darunter Stephan Schambach. Schambach ist Gründer von Intershop, dem einstigen Vorzeige-Softwareunternehmen am Neuen Markt. „Der fand unsere Idee sofort super“, so Tangermann stolz. Anfang vergangenen Jahres konnte Excentos dann Kunden des Geschäftsbereichs Mentasys Sales Assistant von einem der wenigen Konkurrenten übernehmen und so „eine gute Kundenbasis“ ins Haus holen, wie Tangermann es formuliert.

Und Ende 2008 wurde frisches Kapital durch eine Beteiligung der BC Brandenburg Capital (s. Interview) geholt. Wie viel Geld aus der Landeskasse geflossen ist, darüber schweigen beide Seiten. Aber Tangermann ist froh über den Einstieg – und überlegt inzwischen auch, selbst von Berlin nach Potsdam zu ziehen. (Von Andreas Streim)

Das Verfahren

- Auf der Webseite beantwortet der Online-Käufer einige Fragen (s. links).
- Diese Wünsche, etwa „einen Drucker für das Heimbüro bis 500 Euro mit Farbe“, übersetzt die Excentos-Software in technische Daten wie Druckgeschwindigkeit, Auflösung und Druckverfahren.
- Aus der Datenbank werden die Artikel ausgewählt, die den Wünschen am besten entsprechen. Dem Kunden werden Vor- und Nachteile gezeigt. ast

Ihre Meinung ist gefragt!