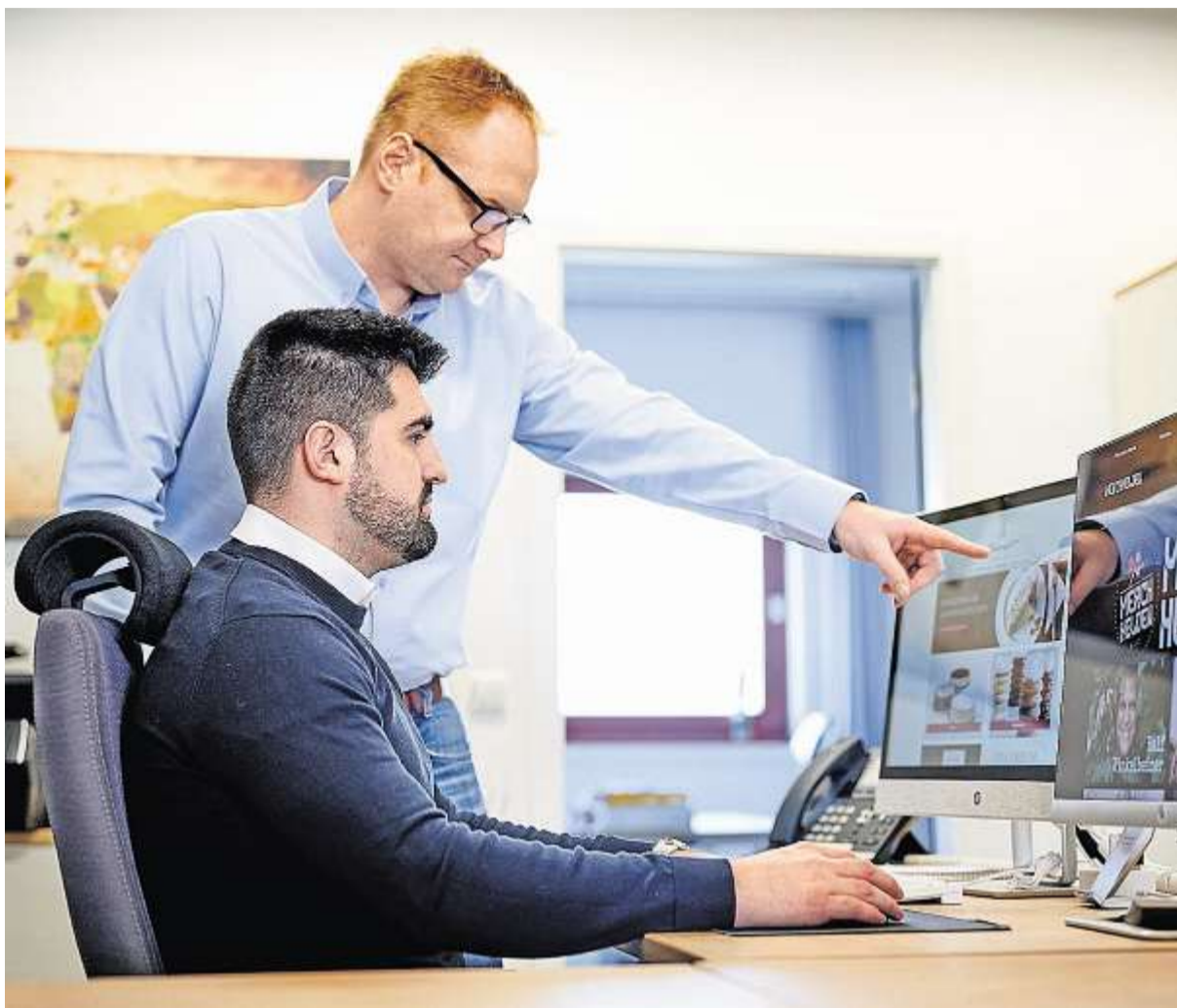


Advertorial

# DANUBIUS



Danubius-Geschäftsführer Heiko Hinkofer (stehend) hält seinem Team den Rücken frei, damit Shopware-Entwickler wie Dario Jerkovic ihrer Kreativität freien Lauf lassen können. Foto: Fotoatelier am Hafen – German Popp

## Das kleine, aber feine Team für den Onlinehandel

Seit fast 20 Jahren ist die Danubius GmbH erfolgreich in der Webentwicklung – und für den Shop der Zukunft ein zertifizierter Partner.

Von Rebecca Sollfrank

**STRAUBING.** Der stationäre Einzelhandel erwartet in den kommenden fünf Jahren einen Umsatzzuwachs von 6 Prozent – für den Onlinehandel erwarten Branchenkenner einen Umsatzsprung von 60 Prozent. Kann es sich der stationäre, kleine oder mittlere Händler überhaupt noch leisten, dieses Thema zu ignorieren? „Wir sind uns sicher, dass im E-Commerce gerade für regionale Märkte eine riesige Chance steckt – wenn man das Thema Onlineshop professionell angeht“, sagt Heiko Hinkofer, Geschäftsführer der Danubius GmbH in Straubing.

**Keine typische Werbeagentur, sondern eine Onlineagentur**  
Dank des Danubius-Teams geht die legendäre Agnes-Bernauer-Torte der 1759 gegründeten Traditions Konditorei Krönner heute nicht mehr nur über die analoge Ladentheke, sondern auch über den Onlineshop an überregionale Fans hochwertiger Backkunst. Der Krönner-Webshop ist ein Paradebeispiel dafür, wie ein mittelständisches Ladengeschäft den Schritt in die Handelsmoderne vollziehen kann: mit einem kompetenten Partner. „Wir sind keine typische Werbeagentur, sondern eine echte Onlineagentur“, sagt Hinkofer. Schnittstellen- und Plugin-Entwicklung sind die Schwerpunkte bei Danubius. Wenn es um das Design eines Webshops geht, kann Danubius auf seine Erfahrung und sein Team zurückgreifen, um individuelle „Themes“, also eigene Stilvorlagen, umzusetzen. Sogar komplexe Prozesse der Warenwirtschaft und

Lageroptimierung lassen sich mit dem speziell für Shopware entwickelten Warenwirtschafts Plugin Pickware realisieren. Danubius ist offizieller Shopware & Pickware Business Partner. Eine Shopware-Zertifizierung bedeutet für das Danubius-Team beste Kontakte zum Hersteller und den direkten Zugang zu Updates. Erreicht hat man diesen Status durch eine engagierte Mischung aus Professionalität und Kreativität. Wer sich für E-Commerce mit Danubius entscheidet, bekommt alles, was er für einen erfolgreichen Onlinehandel braucht, aus einer Hand. Die kompetenten Webdesigner im Haus geben dem virtuellen Laden ein ansprechendes Gesicht. Individuelle Plugins sind die Stärke des kleinen, aber feinen Entwicklerteams um den IHK-zertifizierten E-Commerce- und Shopware-Manager Tim Heise. Ein besonderes Augenmerk liegt außerdem auf der optimalen Entwicklung von Schnittstellen zu bestehenden Systemen im stationären Geschäft. „Wir betreuen hier unterschiedlichste Branchen und alle Größen“, erklärt Heiko Hinkofer. Beim kleinen Spezialisten für Hundefutter ist das Danubius-Team mit ebenso viel Herzblut dabei wie beim Schmuckdesigner oder dem Anbieter individuell konfigurierbarer Klimageräte. Angst vor Big Playern gibt es dabei nicht. Wenn es um die optimale Vernetzung mehrerer Offlinefilialen mit dem Onlineshop geht, sind Tim Heises Schnittstellenprofis ganz in ihrem Element. Selbst exotische Lösungen finden sich in den Danubius-Referenzen, zum Beispiel [www.merchhelden.com](http://www.merchhelden.com), der Mer-

chandise-Online-Shop von La Shirt aus Straubing, offizieller Fanartikelproduzent und Tourbegleiter der Kabarettisten Ralf Winkelbeiner, Da Wiggerl, Fönse Doppelhammer und der Comedians Erkan & Stefan. E-Commerce darf Spaß machen – mit Sicherheit. Dem kommt entgegen, dass die Danubius GmbH als Unternehmen der nbsp Holding GmbH seit 2018 zertifiziert nach ISO 9001:2015 und ISO/IEC 27001:2013 ist. Konkret heißt das: Permanent weiter entwickeltes Qualitätsmanagement in Sachen IT-Sicherheit steckt hier im Gebäude, im System und in den Mitarbeitern selbst, die im Rahmen des Verbesserungsmanagements aktiv eingebunden sind. Sicherheit steht auch beim Thema Rechenzentrum im Mittelpunkt: Was bei Danubius mit Kundendaten passiert, bleibt auch bei Danubius. Mit Cyberstack hat man darüber hinaus ein Schwesterunternehmen, das alle Facetten professionellen Hostings abdeckt. **Sicherheit mit Netzwerk und Weitsicht**  
Was die Firmenfamilie nicht selbst leisten kann, wird über ein eingespieltes Expertennetzwerk abgewickelt. Danubius vermittelt auf Kundenwunsch professionelle Texter und Fotografen für den Content und sorgt mit Social-Media-Kreativität dafür, dass die Onlinemarkte richtig rund wird. Und wenn der neue Onlineshop fertig aufgesetzt ist? „Damit hören unsere Serviceleistungen noch lange nicht auf“, versichert Hinkofer. Das Danubius-Team liefert auch im Bereich Fulfillment Beratung und Umsetzung mit eingespielten Partnern in der Region.

### INTERVIEW

Gespräch mit Tim Heise, E-Commerce-Manager (IHK) bei der Danubius GmbH

## E-Commerce kann das Beste aus stationärem Handel holen

Herr Heise, kann jeder Händler E-Commerce?

Tim Heise: Ja, de facto sollte sogar jeder stationäre Händler ernsthaft über E-Commerce nachdenken. Die Möglichkeiten des stationären Handels sind hier bei Weitem noch nicht ausgeschöpft. Man kann sein E-Business schon als sehr kleiner, spezialisierter Händler starten mit einer begrenzten Auswahl an Top Sellern und dann je nach Bedarf wachsen. Wir betreuen Onlinehändler vom kleinen Konditormeister über den Modeconcept-Store bis zum großen Warenmarktplatz. Dabei sein allein ist bei E-Commerce nicht alles, es geht darum, es richtig zu machen. Dann profitiert man sowohl virtuell als auch stationär.

Wie setzt man den Onlineshop richtig auf?

Indem man sich einen professionellen Partner sucht, der alle Kompetenzen von der individuellen Shoparchitektur über Datensicherheit und Datenschutz bis hin zu den wichtigen Schnittstellen in das physische Ladengeschäft abbilden kann. Ein Einzelhändler sollte nicht abends über einem Shopbaukasten brüten, sondern sich auf sein Kerngeschäft konzentrieren. Was viele zu vergessen scheinen: Der Onlineshop ist wie ein zweites Ladengeschäft und das benötigt Personal und Wartung. Außerdem bildet man hier seine Marke online ab. Angst haben muss man vor diesem Schritt aber nicht. Mit einem guten Partner ist E-Commerce für jeden machbar. Ist der Shop von vornherein richtig eingerichtet, kann man vieles automatisieren und am Ende profitiert der stationäre Part von dieser Ergänzung.

Wie kann das physische Geschäft vom virtuellen Zwilling im Netz profitieren?

Einen Onlineshop aufzusetzen, heißt immer auch, sich die Abläufe im physischen Laden ansieht, denn sie bestimmen die E-Commerce-Lösung. Die Schnittstellenfrage ist essenziell. Wenn ich im Ladengeschäft ein Produkt verkaufe, muss sich im gleichen Augenblick im Onlineshop der Bestand korrigieren. Über diese Schnittstelle können im Idealfall im physischen Laden digitale Abläufe optimiert und automatisiert werden. Durch einen professionell erstellten Onlineshop wird gleichzeitig der physische Laden über die Region hinaus sichtbar im Netz. Der Neustart im Netz bringt sozusagen Leben in den Laden.

Wenn man einen Fuß in der virtuellen Ladentür hat, muss man dann jeden E-Commerce-Trend bis hin zum Augmented-Reality-Einkauf mit Datenbrille mitmachen?

Nein. Unsere Kunden brauchen zukunftsfähige Lösungen mit regionaler

Bodenhaftung. Unser Ziel ist es, die Wahrnehmung regionaler Marktplätze zu fördern. Wir haben die technischen Möglichkeiten der Zukunft natürlich immer im Blick. Aber das digitale Shopportfolio muss in erster Linie zum Auftritt des stationären Ladens, zum Produkt und zur Zielgruppe passen. Das kann heißen, dass der Onlinekonditor auf Rechnung arbeitet statt Paypal zu nutzen, wenn seinen Kunden das lieber ist. Es gibt aber einige Features, zu denen wir generell raten.



„Unsere Kunden brauchen zukunftsfähige Lösungen mit regionaler Bodenhaftung.“

Tim Heise

Wie zum Beispiel?

Bezahlsysteme wie Paypal sind nicht nur bequem für den Kunden, sondern zugleich auch sicher für den Händler. Eine intelligente Suchfunktion sollte im Webshop selbstverständlich sein. Wer darüber hinaus die Möglichkeit der Personalisierung nutzt, schafft virtuelle Stammkundenbindung. Und ja, wir plädieren dafür, Produkte zusätzlich über die großen Plattformen wie Amazon anzubieten und vor allem Instagram und Facebook mit Produktfotos zu bedienen. Außerdem: Warum sollte ein regionaler Hundefutteranbieter keinen Blog mit einem Hund als Influencer haben? Das Geheimnis eines guten Webshop-Auftritts ist eine Mischung aus professioneller Architektur, positiven Serviceerlebnissen und dem Spaßfaktor beim Shoppen. Und weil heute ein großer Teil des E-Commerce abends auf der Couch mit Smartphone oder Tablet stattfindet, ist responsives Shopdesign Grundvoraussetzung.

Interview: Rebecca Sollfrank  
Foto: Fotoatelier am Hafen - German Popp

### KONTAKT

**danubius GmbH**  
Küstriner Straße 14  
94315 Straubing  
Telefon: +49 (0) 9421 / 784725-0  
Fax: +49 (0) 9421 / 784725-5  
info@danubius.de  
www.danubius.de

