veröffentlicht von Rechtsanwalt **Max-Lion Keller**, LL.M. (IT-Recht)

Nachgefragt: Wie hat sich der Marktplatz kasuwa.de seit seinem Start entwickelt?

kasuwa.de ging am 06.05.2019 als deutschsprachiger Online-Marktplatz an den Start. Auf kasuwa können selbstgemachte Produkte unter dem Motto „Mit-Liebe-Selbstgemachtes“ verkauft werden. Wie hat sich der Marktplatz seither entwickelt? Welche Höhen und Tiefen haben die Betreiber seither erlebt? Womit haben sie gerechnet und womit nicht? Wie ist die Resonanz der Verkäufer und der Käufer bisher? Wie war das erste Weihnachtsgeschäft? Dazu haben wir bei Herrn Günzel von der kasuwa GmbH nachgefragt.

IT-Recht Kanzlei: Hallo Herr Günzel, schön, dass Sie uns direkt zum Jahresanfang zur Entwicklung Ihres Marktplatzes seit dem 06.05.2019 heute Rede und Antwort stehen.

Uwe Günzel: Ich danke Ihnen für die Möglichkeit, Ihnen und Ihrer Leserschaft mitzuteilen, was seit unserem Live-Gang so alles los war.

IT-Recht Kanzlei: Herr Günzel, wenn Sie sich vorab dem Teil unserer Leserschaft, die kasuwa.de vielleicht noch nicht kennen, kurz vorstellen würden?

Uwe Günzel: Ich bin seit 1997 im Internet unterwegs und habe die Entwicklung von den ersten statischen HTML-Seiten bis hin zu (headless) Content Management Systemen mitgemacht. Über die Deutsche Entwicklungszusammenarbeit (GIZ) hatte ich auch viele Projekte in Afrika und dem Nahen Osten – eine fantastische Erfahrung. Als mich mein Bruder Sven 2018 mit der Idee einer DIY-Plattform ansprach, war ich natürlich Feuer und Flamme.

IT-Recht Kanzlei: War Ihnen zu diesem Zeitpunkt schon bewusst, was in der DIY-Szene so los ist?

Uwe Günzel: Ehrlich gesagt, nein. Aber dazu später gerne mehr.

IT-Recht Kanzlei: Sie hatten vor dem Live-Gang des Marktplatzes eine geschlossene Beta-Phase mit erfahrenen DIY-Verkäufern und eine offene Pre-Launch-Phase mit interessierten Onlinehändlern gestartet. Warum das und welche Erkenntnisse haben Sie daraus gewonnen?

Uwe Günzel: Da Sven und ich neu im DIY-Sektor waren, mussten wir überprüfen, ob wir mit unseren Ideen und Annahmen richtig lagen. Außerdem ist es extrem wichtig, eine neuentwickelte Plattform ausgiebig zu testen, und zwar auch von Benutzern, die wissen, worauf es im Ziel-Sektor ankommt. Wir haben in dieser Phase viel gutes, konstruktives und hilfreiches Feedback bekommen. Uns wurden aber auch sehr schnell Probleme des Sektors vor Augen geführt, zum Beispiel die Konkurrenzsituation zwischen den Verkäufern von handgefertigten Produkten und denen von Material.

IT-Recht Kanzlei: Und wie haben Sie diese Erkenntnisse für die Entwicklung Ihres Marktplatzes genutzt, was haben Sie all diesen Onlinehändlern gesagt?

Uwe Günzel: Wir waren und sind immer offen für Anregungen und Kritik. Wenn Vorschläge und Wünsche sinnvoll waren, wurden sie umgesetzt, sofern dies im Rahmen unserer Ressourcen machbar war. Da

mussten wir manchmal auch sagen, dass eine Idee leider nicht umgesetzt werden kann.

IT-Recht Kanzlei: Und damit waren dann die DIY-Händler und die DIY-Materialer zufrieden?

Uwe Günzel: Jeder sieht zuallererst sich und sein ganz persönliches Problem. Das ist nachvollziehbar. Wir als Plattform-Betreiber müssen aber immer das Ganze im Auge behalten. Daher können wir nicht alle individuellen Probleme lösen. Aber für Materialverkäufer und Händler haben wir inzwischen einen Kompromiss gefunden, mit dem alle sehr gut leben können.

IT-Recht Kanzlei: Einer unserer Spezialisten für den DIY-Bereich war ja bereits seit dem Januar 2019 in Kontakt mit Ihnen und konnte seine Erfahrungen in der DIY-Szene seit der Schließung von Dawanda mit Ihnen teilen. War das hilfreich oder eher beängstigend, was da auf Sie zukommen könnte?

Uwe Günzel: Die Informationen ihres DIY-Experten waren extrem hilfreich, da sie uns halfen, uns auf die DIY-Szene einzustellen. Wir waren also ausreichend gewarnt. Allerdings konnten wir uns ehrlich gesagt nicht vorstellen, dass die DIY-Szene in all ihren Facetten tatsächlich so intensiv sein kann.

IT-Recht Kanzlei: Zurück zum Anfang, Sie sind am 06.05.19 gestartet. Die meisten Händler und vor allem kein potentieller Käufer kannte kasuwa zu dem Zeitpunkt. Was geschah dann?

Uwe Günzel: Die Tatsache, dass auch fast ein Jahr nach der Schließung von Dawanda immer noch keine zufriedenstellende Alternative für den deutschsprachigen Raum verfügbar war, hatte uns natürlich sehr geholfen. Die Qualität und Aufmachung von kasuwa haben sich schnell herumgesprochen und das erste Feedback der Verkäufer war durchweg gut. Es gab auch andere glückliche Umstände, die uns bei der Akquise von Verkäufern zugute kamen. Dazu zählt auch die Begegnung mit ihnen, Herr Keller, und ihre Kanzlei. Ihre Berichterstattung hat uns in der Anfangsphase sehr geholfen, überhaupt erst einmal bekannt zu werden.

IT-Recht Kanzlei: Bald nach dem Start Ihres Marktplatzes wurde bekannt, dass ein anderer, neuer DIY-Marktplatz, der im letzten Jahr in die Fußstapfen von Dawanda treten wollte, wieder schließt. Waren Sie überrascht?

Uwe Günzel: Nein, die Schließung von dohero kam für uns letztendlich nicht überraschend. Der Druck auf dohero wurde immer größer, was auch dem eigenen Auftreten geschuldet war. Es wurden einfach zu viele Fehler gemacht und das vorhandene Potential nicht genutzt. Das Scheitern war aus meiner Sicht dann nur noch eine Frage der Zeit.

IT-Recht Kanzlei: Wollen Sie nun der Nachfolger von Dawanda werden?

Uwe Günzel: DaWanda ist gescheitert, der selbsternannte Nachfolger von DaWanda auch. Wir wollen, dass kasuwa erfolgreich ist. Und wir versuchen die Fehler zu vermeiden, die zum Scheitern der anderen Marktplätze geführt haben. Die Nachfolgefrage stellt sich da für mich nicht.

IT-Recht Kanzlei: Wann fand der erste Verkauf über kasuwa statt?

Uwe Günzel: Der erste Verkauf von kasuwa fand bereits eine Stunde nach Eröffnung des Marktplatzes statt – ein erhebender Moment!

IT-Recht Kanzlei: Und das obwohl Sie bei Google noch gar nicht richtig indiziert waren?

Uwe Günzel: Es vergehen Monate, bis man bei Google indiziert ist und gefunden wird. Der Zeitfaktor,

also die Frage wie lange eine Seite und eine Plattform online ist, spielt beim Google-Ranking auch eine wichtige Rolle. Am Anfang waren wir für Google also praktisch nicht sichtbar und tauchten bei den Suchergebnissen nicht auf.

IT-Recht Kanzlei: Aber das war dann doch sicherlich ein kasuwa-Händler, der einem anderen Händler was abgekauft hat?

Uwe Günzel: Die ersten Produkte wurden von den Händlern untereinander gekauft. Das war klassische Mund-zu-Mund-Propaganda ohne Social Media und SEO.

IT-Recht Kanzlei: Was natürlich jeden Händler interessiert, wie haben sich die Verkäufe seither entwickelt?

Uwe Günzel: Die Verkäufe haben sich extrem gut entwickelt. Wir hatten Ende September, also knapp 150 Tage nach dem Start, bereits die 6000-ste Bestellung. An dieser Entwicklung konnten bisher noch nicht alle Händler partizipieren. Aber wir unternehmen größte Anstrengungen, damit alle Verkäufer auf kasuwa erfolgreich sind.

IT-Recht Kanzlei: Stichwort „geprüfter Marktplatz“, Sie waren vom Start weg an unserem neuen, Service „geprüftes Shopsystem/geprüfter Marktplatz“interessiert. kasuwa.de konnten wir ja dann auch bereits Anfang Juli diesen Status zusprechen. Warum war Ihnen das so wichtig?

Uwe Günzel: Wir wollen unseren Händlern den bestmöglichen Rahmen für einen rechtssicheren Verkauf über kasuwa.de bieten. Dazu gehören für uns, neben abmahnsicheren Rechtstexten und dem Komfort einer AGB-Schnittstelle, die diese Texte automatisch aktuell hält, eben auch eine Prüfung unseres Bestellprozesses und all der anderen Punkte, die man beim Betrieb eines Online-Marktplatzes rechtlich im Auge haben sollte. Deshalb war meinem Bruder Sven und mir diese Prüfung enorm wichtig. Und wir sind mächtig stolz darauf, diesen Prüfungsprozess erfolgreich durchlaufen zu haben.

IT-Recht Kanzlei: Das Weihnachtsgeschäft 2018 war für viele DIY-Händler der Gradmesser, um zu sehen, ob der von ihnen gewählte neue DIY-Marktplatz der richtige Vertriebskanal der Zukunft sein wird. Nun haben Sie Ihr erstes Weihnachtsgeschäft hinter sich. Wie ist Ihr Resümee?

Uwe Günzel: Das Weihnachtsgeschäft ist der Gradmesser einer DIY-Plattform. Deswegen haben wir auch unsere Marketingaktivitäten im letzten Jahresdrittel darauf ausgerichtet. Insbesonders unser Adventskalender-Gewinnspiel war ein voller Erfolg! Täglich 1.500 Teilnehmer, hunderte von Neuregistrierungen und viel positives Feedback sprechen für sich.

IT-Recht Kanzlei: Gewähren Sie uns einen kleinen Einblick in Ihre Zahlen? Wieviele Händler sind jetzt nach knapp 8 Monaten auf kasuwa aktiv und auf wieviele Verkäufe können Sie zurückblicken?

Uwe Günzel: Wir haben unsere Händler von Anfang an vor zu hohen Erwartungen gewarnt. Die ersten Monate ist es aus den zuvor genannten Gründen extrem schwierig etwas zu verkaufen. Dass die Zahlen sich so gut entwickelt haben, hat uns dann doch etwas überrascht. Wir haben inzwischen fast 2.000 Verkäufer mit über 250.000 Produkten an Bord. Bis Mitte Dezember hatten wir über 13.000 Bestellungen - ein überwältigendes Ergebnis!

IT-Recht Kanzlei: Und wieviele dieser Verkäufe fanden im 4. Quartal 2019 statt?

Uwe Günzel: Der Umsatz konnte kontinuierlich gesteigert werden. Für die 6.000 Bestellungen, die wir in

den ersten 5 Monaten des Betriebs der Plattform hatten, benötigten wir in der Weihnachtszeit keine 2 Monate.

IT-Recht Kanzlei: Wow, das hört sich ja alles gut an, aber verraten Sie uns doch bitte einmal, so Sie mögen, was macht kasuwa in der DIY-Szene anders, um eine solche Entwicklung hinzulegen?

Uwe Günzel: Die Grundvoraussetzung ist, das mag vielleicht banal klingen, eine gut funktionierende und vor allem optisch ansprechende Plattform. Mit diesem Werkzeug kann man sich dann der eigentlichen Aufgabe widmen, nämlich Marketing und Werbung zu betreiben. Ich denke, mit unserem Mix aus Facebook, Pinterest und Instagram sind wir da sehr gut aufgestellt. In Sachen SEO haben wir ebenfalls sehr gute Arbeit geleistet. Auf Google sind inzwischen ca. 300.000 bis 500.000 Seiten indiziert (die Abfrage ist sehr unscharf). Und der Sichtbarkeitsindex von kasuwa wächst kontinuierlich.

IT-Recht Kanzlei: Wie bewerben Sie eigentlich Ihren Marktplatz - sprich, wie machen Sie ihn bekannt? Oder ist das nach dieser Entwicklung schon nicht mehr nötig?

Uwe Günzel: Über dieses Thema ließe sich ein ganzes Interview führen. Jeden Cent, den wir momentan einnehmen, investieren wir zu 100% wieder in Facebook- und Google-Kampagnen. Parallel dazu pinnen wir täglich mindestens 3 Produkte auf Pinterest und posten diese auch auf Facebook, verteilt über den ganzen Tag. Auf Instagram posten wir ebenfalls mehrfach täglich. Hinzu werden Pressemeldungen kommen, über die wir in 2020 verstärkt die nicht so Social-Media-affine Käuferschicht erreichen möchten. In diesem Zusammenhang entwickeln wir gerade ein Marketingpaket für unsere Verkäufer, das diese auf Kreativmärkten und bei der Versendung von Waren nutzen können.

IT-Recht Kanzlei: Was wir heute noch gar nicht besprochen haben, was kostet es eigentlich über kasuwa zu verkaufen?

Uwe Günzel: Bei uns werden nur bei einem realisierten Verkauf 8% Provision vom Warenwert fällig, ohne Versand versteht sich.

IT-Recht Kanzlei: Und das ist alles? Keine Shop Abos, keine Einstellgebühren, keine Zusatzkosten für Artikelhervorhebungen?

Uwe Günzel: Wir haben bewusst das Provisionsmodell gewählt, weil dieses unserer Meinung nach für beide Parteien fair ist. Bei Abos und Einstellgebühren geht doch auf Seiten des Plattformbetreibers die Motivation verloren, sich anzustrengen. Nein, wir betreiben aktiv und intensiv Werbung, damit der Verkäufer möglichst viel Umsatz macht. Davon haben beide was, der Verkäufer und wir. Auf vielfachen Wunsch haben wir im 4. Quartal die Möglichkeit geschaffen, Produkte ganz oben in den Kategorien und Suchergebnissen platzieren zu können. Diese Werbemaßnahme ist kostenpflichtig und wird sehr gerne genutzt. Der Erfolg ist für den Verkäufer genau messbar.

IT-Recht Kanzlei: Da uns die Frage von einigen unserer Händler schon gestellt wurde. Und das bleibt so? Viele denken wohl, die jetzigen Konditionen gibt es nur zum Start und später kommen noch Zusatzkosten, wie Einstellgebühren, Kosten für Hervorhebungen u. ä. dazu. So, wie man das von vergleichbaren Plattformen kennt.

Uwe Günzel: Wir arbeiten äußerst effektiv und haben nur einen sehr geringen Overhead. Das haben wir uns alles sehr genau überlegt. Unsere Verkäufer möchten wir nicht mit irgendwelchen Lockangeboten

auf die Plattform holen, sondern mit Leistung überzeugen. Wir werden also weder unser Bezahlmodell ändern noch die Verkaufsprovisionen erhöhen.

IT-Recht Kanzlei: Normalerweise fragen wir an dieser Stelle immer gerne: Was dürfen unsere Leserschaft und wir von kasuwa zukünftig noch erwarten? Unser Vorschlag an Sie ist aber: Herr Günzel wie wäre es? Nächstes Jahr, gleiche Zeit, gleicher Ort für ein weiteres Update in Sachen kasuwa?

Uwe Günzel: Herr Keller, sehr gerne. Und dann hoffentlich wieder mit guten Nachrichten. Nochmals herzlichen Dank für das Interview!

IT-Recht Kanzlei: Wir und unsere Leserschaft sind gespannt.

Uwe Günzel: Wir auch!

Interessierte Online-Händler können sich hier über unseren AGB-Service für kasuwa informieren.

Veröffentlicht von:
RA Max-Lion Keller, LL.M. (IT-Recht)
Rechtsanwalt