

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

## "Hood.de wird weiter wachsen und sich als feste Shoppinggröße im europäischen Raum etablieren."

Ryan Hood, Gründer und CEO von [Hood.de](https://www.hood.de), im Interview mit der IT-Recht Kanzlei.

### **IT-Recht Kanzlei: Wie unterscheidet sich hood.de von anderen Einkaufs-Plattformen wie eBay oder Amazon?**

**Ryan Hood:** Wir sind stolz darauf unseren Onlinemarktplatz allen privaten Nutzern nunmehr seit 16 Jahren kostenfrei zur Verfügung zu stellen. Private Verkäufer zahlen keine Einstellgebühr und auch keine Verkaufsprovision auf Hood.de.

Parallel dazu bieten wir professionelle Shoplösungen für gewerbliche Händler an, die sich durch umfangreiche Features zu besonders kostengünstigen Konditionen auszeichnen. Hood.de berechnet für das Anbieten eines Artikels keine Einstell- oder Grundgebühren - für gewerbliche Verkäufe wird eine geringe Verkaufsprovision erhoben. Kein anderer deutscher Marktplatz ermöglicht einen kostengünstigeren Verkauf.

Hood.de bietet damit beste Voraussetzungen zur Optimierung der Angebotspreise, denn wir erheben im Schnitt eine um 11 Prozentpunkte niedrigere Verkaufsprovision als Amazon und eine um 6 Prozentpunkte niedrigere Provision als Ebay. Händler zahlen also deutlich weniger Gebühren und können so wettbewerbsfähige Preise bieten, da ihre Marge beim Verkauf auf Hood.de deutlich höher ist. Der Händler verdient de facto an jedem einzelnen Artikel mehr. Händler nutzen diesen Wettbewerbsvorteil aktiv, um ihre Artikelpreise zu senken und so ihren Umsatz und Gewinn zu steigern.

Der E-Commerce wächst jedes Jahr weiterhin zweistellig und der steigende Erfolg von Hood.de zeigt, dass auch 2016 (sogar mehr denn je) genug Platz im Markt für Alternativen ist. Wir spüren sogar einen deutlichen Trend bei Endkunden auch gezielt auf alternativen Marktplätzen einzukaufen.

### **IT-Recht Kanzlei: Auf Ihrer Website erfährt man, wie wichtig Ihnen soziale & ökologische Verantwortung ist. So bieten Sie Ihren Kunden günstigere Konditionen als Ihre Konkurrenten, zahlen Ihren Mitarbeitern aber einen übertariflichen Lohn, versteuern Ihre Einkünfte in Deutschland und setzen auf Green IT. Das klingt fast zu schön, um wahr zu sein. Wie gelingt Ihnen, was der Konkurrenz laut Medienberichten nicht ganz so gut gelingt?**

**Ryan Hood:** Wir gehen jeden Tag mit dem Ziel an die Arbeit, unseren Marktplatz für unsere Nutzer ein Stückchen besser zu machen und vor allem unseren Prinzipien und unserer Corporate Identity, auch ein wenig nach dem Vorbild Robin Hood's, treu zu bleiben. Umweltschutz und soziale Verantwortung sind für uns selbstverständlich und bekanntlich gilt, wo ein Wille ist, da ist auch ein Weg.

Wir haben seit unserem Start im Jahr 1999 kontinuierlich an der Effizienz unserer innerbetrieblichen Prozesse gearbeitet. Wir setzen beispielsweise im Bereich der Kundenbetreuung auf kleine Teams mit

gut geschulten Mitarbeitern (statt Billiglohnkräften), die einzelne Händlergruppen betreuen. Den Support für unsere Händler und Kunden sehen wir nicht nur als Möglichkeit zur Kundenbindung, sondern ganz klar auch als Chance zur Prozessoptimierung. Wenn wir einen Händler persönlich kennen, können wir ihm bei einem Problem auch viel strukturierter und dadurch natürlich auch schneller weiterhelfen. Dies ist eine Win-Win-Situation: der Kunde erhält in kürzester Zeit kompetente Hilfestellung und wir setzen unsere Manpower effizienter ein. Kurze Wege und flache Hierarchien ermöglichen uns darüberhinaus schneller Entscheidungen zu treffen und schneller Neuerungen umzusetzen. Wo in anderen Unternehmen oft zahlreiche Meetings erforderlich sind, werden bei uns Dinge gleich angepackt.

#### **IT-Recht Kanzlei: Wer sind die potenziellen Kunden bei hood.de?**

**Ryan Hood:** Auf Verkäuferseite sind dies einerseits natürlich verstärkt gewerbliche Anbieter, die Hood.de und insbesondere die Hood-Shops als Vertriebskanal für ihre Produkte nutzen, andererseits gibt es aber auch Sammler, die eine Sammlung auflösen möchten oder auch den privaten Nutzer, der das ein oder andere verkaufen möchte. Mit über 90% Anteil am Gesamtumsatz spielen die gewerblichen Händler jedoch die wichtigste Rolle. Käuferseitig nutzen hauptsächlich Privatpersonen Hood als Shoppingkanal aber auch B2B-Kunden, die spezifisch in unserem Business-Bereich einkaufen.

#### **IT-Recht Kanzlei: Wie rechtssicher ist hood.de?**

**Ryan Hood:** Auch dank unserer starken Partner wie der IT-Recht-Kanzlei wird unser Marktplatz kontinuierlich den rechtlichen Erfordernissen angepasst. Zudem informieren wir unsere Händler proaktiv weit im Vorhinein stets über kommende Neuerungen im Rechtsbereich und helfen aktiv bei der Umsetzung. Über unsere Schnittstelle (API) können Händler ihre Rechtstexte dann auch per IT-Recht-Kanzlei bequem aktuell halten lassen und haben mit Hood und IT-Recht-Kanzlei somit das [Rundum-Sorglos-Paket](#) gebucht.

#### **IT-Recht Kanzlei: Wie hat sich die Plattform seit ihrem Start verändert? Design, Technologie usw.**

**Ryan Hood:** Hood.de wurde in den letzten 16 Jahren laufend weiterentwickelt. Gerade in diesem Jahr gab es weitreichende Änderungen an Technik und Design, so dass sich Hood.de seit Februar 2016 in einem ganz frischen Look zeigt und als einer von bislang nur wenigen Marktplätzen im deutschen E-Commerce bereits ein full responsive Webdesign einsetzt. Hood.de präsentiert sich also nicht nur in einem neuen Outfit, sondern läuft vielmehr nun auch optimiert auf Smartphone, Tablet und natürlich weiterhin auf Desktop-Computern. Alle Seiten werden passend zu dem Gerät, das der Endnutzer gerade verwendet, ausgeliefert, um eine optimale Darstellung und Nutzbarkeit auf allen Geräten zu ermöglichen. Neben einem neuen Logo ist das Gesamtdesign jetzt deutlich reduzierter, damit die Shops der Hood-Händler und ihre Produkte im Vordergrund stehen.

#### **IT-Recht Kanzlei: Was motiviert Sie jeden Tag, Ihre Plattform weiter zu entwickeln?**

**Ryan Hood:** Die Idee zu Hood.de entstand Ende der 90er Jahre, als die damals aufkommenden Marktplätze durch immer weiter steigende Gebühren und schlechten Kundenservice von sich reden machten. Dem wollten wir nach dem Vorbild Robin Hood's eine Alternative entgegensetzen. Bis heute ist die Philosophie Robin Hood's wichtigster Bestandteil unserer Corporate Identity und fest in unserem Firmenlogo verankert. Seit dem Start im Jahr 2000 zeichnet sich Hood.de durch eine besonders

transparente und kostengünstige Gebührenstruktur und kundennahen Service aus. Das positive Feedback der bereits über 7 Mio. Kunden, aber auch unserer Händler und Partner, motivieren uns täglich aufs Neue, Hood noch ein kleines bisschen besser zu machen.

**IT-Recht Kanzlei: Welche fünf Hashtags würden Sie Ihrer Gründerpersönlichkeit zuordnen und warum?**

**Ryan Hood:**

#motivation: Der eigene Antrieb ist entscheidend, um eine Idee von der Vision in die Realität umzusetzen.

#innovation: Mach was anders, besser als die anderen!

#doityourself: Entwickle so viel wie möglich selbst, so kannst du später viel schneller auf geänderte Bedingungen reagieren und machst dein Unternehmen anpassungsfähiger.

#zähnezusammenbeißen: Durchhaltevermögen ist gerade am Anfang essentiell. Gib nicht auf wenn du an deine Idee glaubst!

#outofthebox: Neue Lösungswege sind gefragt - nicht etwas machen, weil man es immer schon so macht. Versuche jeden Tag etwas besser zu machen.

**IT-Recht Kanzlei: Welchen E-Commerce-Buchtipps können Sie unseren LeserInnen mitgeben?**

**Ryan Hood:** Nicht direkt ein E-Commerce-Buch, aber sehr lesenswert, um einmal ein etwas anderes Business-Buch zu lesen bzw. eine andere Perspektive zu gewinnen:

Ben Jerry's Double Dip: How to Run a Values Led Business and Make Money Too von Jerry Greenfield, Ben Cohen

**IT-Recht Kanzlei:** Sie setzen auf eine gute Betreuung Ihrer Kunden und auf eine gute Zusammenarbeit mit Kooperationspartnern. Warum sind Ihnen Service und Kooperation so wichtig?

**Ryan Hood:** Hood.de versteht sich als Partner seiner Händler, der stets kompetent und lösungsoptimiert berät und aktiv beim Aufbau des Hood-Shops mit Rat und Tat unterstützt. Eine persönliche Betreuung und eine hohe Servicequalität liegt uns sehr am Herzen. Hier sehen wir auch unsere besondere Stärke, um uns von anderen Marktplätzen abzuheben: die persönliche und sachlich fundierte Beratung und Betreuung unserer Händler. Im E-Commerce werden Händler, aber auch wir als Marktplatz, täglich mit vielen Neuerungen und Änderungen konfrontiert - gerade auch auf rechtlicher Ebene. Eine gute Zusammenarbeit mit unseren Händlern und Partnern ist für uns demnach unerlässlich, um auf geänderte Rahmenbedingungen stets schnell reagieren zu können.

**IT-Recht Kanzlei: Wo sehen Sie hood.de in zehn Jahren?**

**Ryan Hood:** Hood.de wird weiter wachsen und sich als feste Shoppinggröße im europäischen Raum etablieren. Da wir auch heute bereits viele Kunden und Händler aus dem europäischen aber zunehmend mehr auch aus dem asiatischen Raum für uns interessieren können, werden wir einen größeren Schritt in Richtung Internationalisierung vornehmen.

**IT-Recht Kanzlei: Wenn Sie sich den idealen E-Commerce-Markt Deutschland erträumen könnten, wie sähe der aus?**

**Ryan Hood:** Eigentlich sind wir gar nicht so weit davon entfernt. Da der Markt jedoch noch recht jung ist, sind viele Bereiche noch ausbaufähig oder Probleme noch nicht zufriedenstellend gelöst. Eines davon

ist sicherlich das Käuferlebnis für den Kunden. Als Idealszenario empfinde ich eines, in dem ein Kunde, der eine ungefähre Vorstellung von dem Produkt hat, das er sucht, ohne lange Recherche das für ihn ideale Produkt findet, hierzu weitere Informationen und Tipps geboten bekommt, mit 1-2 Klicks bestellen kann und es am selben oder nächsten Tag zur Wunsch-Uhrzeit direkt geliefert bekommt.

Veröffentlicht von:

**RA Max-Lion Keller, LL.M. (IT-Recht)**

Rechtsanwalt