

Unterwäsche per Internet: Spass und Fun statt Mief und Muss

Gibt es überhaupt noch Marktlücken und Marktchancen für einen Internetshop? Stefan Erzinger und Roland Stadelmann sind überzeugt, eine gefunden zu haben – mit Unterwäsche und www.underwear24.ch. Sie haben ihr Angebot so konzipiert, dass nicht ein Laden kopiert, sondern zusätzlicher Nutzen geboten wird.

■ **Wie kommen zwei junge Luzerner** ausgerechnet auf die Idee, übers Internet Unterwäsche zu verkaufen? Stefan Erzinger und Roland Stadelmann, beide 27 Jahre alt und gemeinsam Gründer-Inhaber der Protexa GmbH, sind um Gründe für ihr E-Business mit dem Domainnamen www.underwear24.ch nicht verlegen: eigene Erfahrungen beim Einkauf in verschiedenen Geschäften, die Freude an einem Produkt, das sich zunehmend zum trendigen Lifestyle-Artikel mausert. Selbstverständlich aber auch die Herausforderung, die Möglichkeiten des Mediums auszureizen und nicht nur einen x-beliebigen, sondern einen ganz speziellen Shop mit eigenständigen Angeboten und Leistungen ins Netz zu heben.

Eine textile Vorbelastung irgendeiner Art hat keiner von beiden, Stadelmann war Primarlehrer, und Erzinger besucht die HSW (ehemals HWV). Sie kennen sich jedoch von Kindsbeinen an und haben auch ihre ersten unternehmerischen Gehversuche bereits miteinander unternommen – als Partyveranstalter. Dass der nächste

Schritt dann im Internet stattfinden werde, war für die beiden eigentlich keine Frage. Die Ausgangslage stellte sich für die beiden Firmengründer so dar: «Wir haben uns bei der Entwicklung der Geschäftsidee vor allem drei Dinge überlegt: Welche Produkte eignen sich besonders gut für einen E-Shop? Was für ein Bereich ist noch nicht abgedeckt? Wo können wir mit unseren Möglichkeiten nicht nur etwas Originelles, sondern einen echten Zusatznutzen für den Kunden bieten? Und was macht uns selber auch noch Spass?»

Auch wenn die Tabus bröckeln – eine Resthemmung bleibt

Unterwäsche, davon sind Erzinger und Stadelmann überzeugt, erfüllt diese Kriterien weitgehend. Obwohl die Tabus rund um das Darunter zunehmend

Originell ist nicht nur die Verkaufs-idee, sondern auch der Flyer: vorne gestylt im Partylook, hinten chick in Underwear.



underwear24.ch
click dich chic

...und plötzlich...

Einige Highlights aus dem Angebot von www.underwear24.ch

- 1 sensual – Sinnlichkeit von Sluggi
- 2 Sport – der Klassiker von Jockey
- 3 Ergo Climax – die atmungsaktive Bocke

- 4 Bezaubernd – Lilyade OE von Triumph
- 5 Schiesser top cotton – chic und nettlich
- 6 Valérie Bone Bone – Erotik und Luxus

- 7 Bogart – der halterlose Strumpf von Ergo
- 8 HD1 – die clevere Bestawler von HDM
- 9 Mischle – Verführung von Schiesser



underwear24.ch
click dich chic

...stehen auch Sie in Unterwäsche da!

bröckeln, haben viele Leute nach wie vor so etwas wie eine Resthemmung, wenn es ums Einkaufen im Laden geht – ein Punkt fürs Internet. Ein zweiter: Es gibt nur wenige nicht an einen einzigen Hersteller gebundene Angebote, bei denen Unterwäsche und Socken, die ja irgendwie in die gleiche Gattung gehören, nicht nur unter «ferner liefern» angeboten werden.

Jene Vorteile ausnützen, die nur das Internet bietet

Und es gibt – oder gab bisher – überhaupt keinen WWW-Shop, der Kundinnen und Kunden genau jene Vorteile bot, die nur das Internet möglich macht:

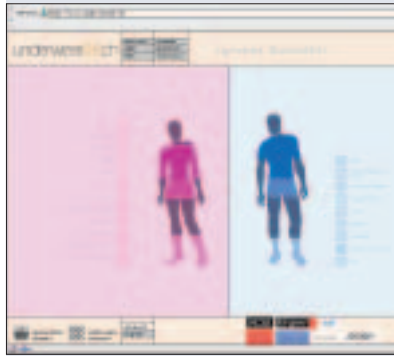
- ▶ Unterwäsche kann in der Regel nicht probiert und in vielen Läden auch nicht ausgepackt werden. Das ist beides im Internet selbstverständlich auch nicht möglich. Dafür gibt es auf www.underwear24.ch die Möglichkeit, nicht nur bei jedem Modell den Stoff in der Vergrößerung anzusehen, sondern auch die Verarbeitung von Naht und Bund.
- ▶ In den meisten Läden vergleicht der Kunde nicht Produkte, sondern Packungen, auf denen der Inhalt bestenfalls als Miniatur abgebildet ist. Dagegen sind auf www.underwear24.ch alle Modelle ausgebreitet, abgebildet und mit den nötigen Infos versehen.
- ▶ Wer nicht seit Jahr und Tag seinem angestammten Untergewand treu bleiben, sondern ab und zu von Marke zu Marke oder vom Slip zur Boxershorts wechseln will, bekommt bald einmal Probleme mit den Grössen. Es gibt nämlich mindestens drei Skalen, die erst noch von Hersteller zu Hersteller unterschiedlich gehandhabt werden. Hier geben Erzinger und Stadelmann Gegensteuer, indem sie Modell für Modell an der Puppe ausgemessen und für www.underwear24.ch in eine einigermaßen transparente Skala übertragen haben.
- ▶ Als zusätzliches Feature gibt es kurze Geschichten über die im Shop vertretenen Hersteller, in denen nebenbei immer auch ein Stück Sozialgeschichte steckt: Woher kommt eigentlich der Name Jockey, wer hat die Boxershorts, die Tangas oder die BH-Körbchen erfunden und lanciert?

Wo bleibt bei so viel Kundennutzen der Spass an der Sache? «Präzise Information und möglichst guter Kundenservice sind sozusagen das Fundament, auf dem wir unseren Shop gebaut haben», erklärt Stefan Erzinger. «Das Lustbetonte – wir wollen ja Leute ansprechen, für die Unterwäsche nicht nur ein notwendiges Übel ist – kommt in den Details der Gestaltung zum Ausdruck.» Sylvie Rapold, die Gestalterin des Web-Auftritts und der Werbemittel, hat den Spagat zwischen vorgestrigem Miedermief und anzüglichem Werbeschwindel geschafft. Ihre Stilmittel sind dezentfreundliche Farben (Rot und Rosa for Ladies, Blautöne for Men) und trendige, computergenerierte Models.

Eine Augenweide für den leidgeprüften Surfer ist auch der durch alle Menüfunktionen durchgezogene

[Angebot und Preise]

Rabatt und portofreier Versand



Das Angebot von www.underwear24.ch umfasst derzeit die Marken Triumph, Valisère, sloggi, Schiesser, Hom und Jockey, weitere werden dazukommen. Als zweites, kleineres Standbein sind neben Unterwäsche auch Socken im Sortiment. Die Preise folgen den Empfehlungen der Hersteller, der Versand ist jedoch weltweit portofrei. Bei jedem Einkauf werden 10 Prozent Rabatt gutgeschrieben und beim nächsten Einkauf abgezogen. Lieferungen im Abonnement sind ebenfalls möglich.



[Argumente]

«Click dich chick»

So lautet der Werbeslogan von www.underwear24.ch. Als Argumente für den Internetshop führen die Betreiber Erzinger und Stadelmann an:



- ▶ Viele Leute kennen nach wie vor Hemmungen beim Einkauf von Unterwäsche. Für sie eignet sich das Internet vorzüglich.
- ▶ Viele Geschäfte bieten oft nur eine kleine Auswahl an, die häufig auf einen oder zwei Hersteller beschränkt ist.
- ▶ www.underwear24.ch verzichtet bewusst auf die Darstellung makelloser Unterwäsche-Models: Jede Kundin und jeder Kunde soll den passenden Artikel finden können.
- ▶ Die Gestaltung und die Abwicklung des Shops stehen unter dem Motto:



Unterwäsche macht Spass.

[Kurzporträt]

www.underwear24.ch

Gründung: Der von Stefan Erzinger und Roland Stadelmann betriebene Shop ist seit Dezember 2001 online.

Mitarbeitende: Für die Gestaltung arbeiten die Gründer mit Sylvie Rapold (Design, Werbung, Marketing), für die Technik mit der ConX GmbH und für die Logistik mit der IG Arbeit in Luzern zusammen. Für die Lancierung haben sie neben dem Internet auch Flyer und Strassenwerbung mit lebenden Models gemacht.

Zielpublikum sind urbane Kundinnen und Kunden, für die Unterwäsche kein Muss ist, sondern ein Modeartikel, bei dem auch Marke und Auswahl eine Rolle spielen. Besonders pflegen wollen die Betreiber auch die Sparte «Fun», die vor Weihnachten mit einem Slip mit Glöcklein eingeläutet worden ist.

[Kontakt] Protexa GmbH, Hirschmattstrasse 28, 6003 Luzern
Info@underwear24.ch, www.underwear24.ch



einheitliche Auftritt. Da muss sich das Auge nicht durch ein Sammelsurium von Katalogbildli quälen, es steigt ein bei www.underwear24.ch – und darf dort auch bleiben. Das gilt nicht nur optisch: «Es gibt bei uns keine Links nach aussen, die Kundin und der Kunde blättern sozusagen in unserem Katalog das Angebot der verschiedenen Marken durch. Nicht nur die Produkte, sondern auch die Kurztexte über die Firmen haben wir in unseren Auftritt eingepasst», erläutert Roland Stadelmann.

Datensicherheit und Lagertransparenz als zusätzliche Vorteile

Vom Blättern allein kann der Shop aber nicht leben. Wie also kommt die Ware zum Kunden? Für die technische Seite des Shops ist die Luzerner ConX GmbH verantwortlich. Neben Standards wie Sicherheit, Bestellwesen per Rechnung oder Kreditkarte und Kontenhandling enthält der Shop auch ein transparentes Lager, in dem sofort ersichtlich ist,

welche Artikel kurzfristig lieferbar sind. Für die Auslieferung arbeitet die Protexa mit der IG Arbeit zusammen, die auf solche Aufträge spezialisiert ist. Transportiert wird per Post – und zwar per Briefpost, denn «wer will schon für ein Päcklein mit Unterhosen extra am Postschalter Schlange stehen?», fragt Erzinger und liefert sogleich die Lösung des Problems: eine eigens für den Shop kreierte Verpackung. Im Briefkasten landet eine ganz leicht transparente dunkelblaue Folie, in der die Artikel nochmals separat verpackt sind. «Das machen wir selber, weil sehr viele Originalverpackungen Kartonschachteln und damit fürs Briefformat viel zu dick sind», begründet Erzinger. Und ergänzt zum Thema «lustvolles Einkaufen»: Das Auspacken sei eigentlich der einzige Moment, in dem der Internetshop quasi physischen Kontakt mit Kundinnen und Kunden habe, «und diese Handlung wollten wir als positives Erlebnis gestalten – nicht nur mit der gepflegten Verpackung, sondern auch mit den kleinen Duftstreifen, die wir in jeden Beutel kleben. Deren Wirkung ist zwar sehr diskret, sie vermittelt aber jenen Hauch von Frische, den wir mit unserem Shop transportieren wollen.»

PETER STÖCKLING

Roland Stadelmann (links) und Stefan Erzinger im Lager und Zentrum der Auslieferung der Protexa GmbH: Von hier aus kommt underwear24 zu Kundinnen und Kunden.