

# Unternehmer schätzt Kundentreff im Internet

## Der Weg in die Selbstständigkeit

Heute: Die eigene Internetseite

Von unserem Redaktionsmitglied Ute Ziemann

Für Michael Kruse, Inhaber eines Biomarktes, ist die Homepage wie eine Visitenkarte. Hat man sich einmal darauf eingelassen, muss man sie auch immer wieder verändern und interessant gestalten.

**NEUBRANDENBURG.** Übersichtlich, informativ und aktuell, so präsentieren sich die Internetseiten des Neubrandenburger Biomarktes. Das jedenfalls sehen die Leser des Naturkost-Magazins „Schrot & Korn“ so. Sie bewerteten in einem bundesweiten Wettbewerb die Internetauftritte von 45 Bioläden nach den Kriterien Informationsgehalt, Nutzerfreundlichkeit und Gestaltung – und setzten den Biomarkt Neubrandenburg auf Platz 1.

Für Michael Kruse ist die Auszeichnung Lob und Ansporn zugleich. „Sie bestärkt mich, dass eine gut gemachte Homepage wichtig ist und wir auf dem richtigen Weg sind“, sagt der Geschäftsinhaber, der seit drei Jahren den Laden in der Neubrandenburg Innenstadt führt. Zeitgleich zur Eröffnung startete damals auch die Website. „Heute nutzen viele das Internet, um an Informationen zu kommen“, begründet der 41-Jährige, der selbst oft auf diese Weise recherchiert. Für ihn gehört der Internetauftritt zur Firmeneröffnung wie Briefpapier und Visitenkarte.

Existenzgründern empfiehlt er deshalb, sich schon vor der Firmengründung Gedanken über Inhalte und Zielstellung der Homepage zu machen. Außerdem rät er, Geld in die Hand zu nehmen, um Profis das Erstellen zu überlassen. Nur so können die Seiten in einem zeitgemäßen Design erscheinen, meint der Unternehmer. Er arbeitet mit einer Agentur aus der Viertorstadt zusam-



Michael Kruse und seine Mitarbeiterin Steffi Nikolay kümmern sich auch im Internet um ihre Kunden.

FOTO: UTE ZIEMANN

men, die für sein Unternehmen die Computer- und Internetbetreuung übernommen hat. So spare er Zeit und könne sich auf seine eigentliche Arbeit konzentrieren.

Michael Kruse warnt aber auch vor falschen Erwartungen. „Mit einer Internetpräsenz – und sei sie noch so gut gemacht – kann man nicht von heute auf morgen Kunden gewinnen und Umsätze steigern“, weiß er aus Erfahrung. Man könne auf sein Unternehmen und die Produkte aufmerksam machen, sagen: „Wir haben das Angebot, es kann genutzt werden.“ Mehr nicht. Er habe oft erlebt, dass sich Kunden im Internet über Produkte informieren, bevor sie in den Biomarkt kommen. Außerdem hätten Touristen, die an der Seenplatte Urlaub machen, über das Internet seinen Laden gefunden.

Für den Unternehmer ist es wichtig, die Homepage ständig zu aktualisieren und interessant zu gestalten. Neben allgemeinen Informatio-

nen zum Unternehmen und seinen Serviceleistungen bietet das Portal Hinweise zu Lieferanten, aktuelle Informationen und Stellungnahmen. Transparenz sei gerade in der Bio-Branche wichtig, meint er.

Außerdem gibt es auf der Seite einen Link zum Online-Shop, für den seine Mitarbeiterin Steffi Nikolay verantwortlich ist. Sie kümmert sich nicht nur um die Produkteinstellung ins Netz, sondern auch um die Bearbeitung von Bestellungen, die Warenzusammenstellung und den Versand. „Wir liefern unsere Ware an vier festen Tagen in der Woche im Umkreis von 15 Kilometern rund um Neubrandenburg aus“, sagt sie. Manche Bestellung wird auch persönlich abgeholt, andere werden mit dem Paketdienst versandt.

Neben dem vorhandenen Shop wird es bis Jahresende einen neuen geben. Denn Ende Oktober hat der Unternehmer die Dachmarke „Goume-

ria“ ins Leben gerufen. Unter dem Motto „Unsere Region beweist Geschmack“ werden Spezialitäten von über 20 Produzenten der Region angeboten. Neben kulinarischen – nicht nur Bio – gibt es, nur zwei Türen vom Biomarkt entfernt, auch handwerkliche Erzeugnisse.

Während in den beiden Geschäften die zehn Mitarbeiter den persönlichen Kontakt zu den Kunden halten, kümmert sich Michael Kruse bei Facebook und Twitter darum. Das sei ihm wichtig, denn die Bioidee lebe ja nicht nur von den Produkten, sondern auch vom guten Verhältnis zu den Kunden. Allerdings müsse das jeder für sich entscheiden. Er kenne auch Firmen, die in den sozialen Netzwerken nicht aktiv werden. „Doch für mich sind sie unbezahlbar, weil ich mich mit meinen Kunden austauschen kann.“

[www.biomarkt-nb.de](http://www.biomarkt-nb.de)

Kontakt zur Autorin  
u.ziemann@nordkurier.de