

KOMMERZ: Less Tech – More Experience Onlineshops müssen Marken inszenieren

KOMMERZ – digitale Marken- und Einkaufserlebnisse GmbH gegründet

Gescher, 15. Oktober 2013. Der Online-Handel steht vor einer historischen Zäsur: Während heute langweiliges Kästchen-Layout dominiert und sich viele Onlineshops zum Verwechseln ähnlich sehen, gehört die Zukunft den kreativen, emotional aufgeladenen Marken-Inszenierungen. Tim Böker und Sebastian Bomm, Geschäftsführer der eCommerce-Designschmiede KOMMERZ, sind angetreten, die Branche umzukrempeln und Marken online erlebbar zu machen.

Schon der Name ist eine bewusste Provokation: KOMMERZ heißt das Unternehmen, das Sebastian Bomm und Tim Böker in diesen Tagen gegründet haben. „Unser Anspruch ist klar: Wir wollen die kommerziellen Bedürfnisse unserer Mandanten bedienen. Konkret heißt das: Onlineshops, die wir gestalten, sollen den Besuchern digitale Marken- und Einkaufserlebnisse bieten. Denn das ist nach unserem Verständnis die Basis für erfolgreichen elektronischen Kommerz“, erklärt Sebastian Bomm. Und Tim Böker ergänzt: „Ohne einen funktionierenden Handel, und nichts anderes ist Kommerz, funktioniert keine Volkswirtschaft. Kommerz ist also per se nichts Negatives, im Gegenteil: Er ist die Basis für unseren Wohlstand.“

Im Jahr 2010 hatten Bomm und Böker ein gemeinsames Designbüro für Markenkommunikation in Münster gegründet. Schon damals zeichneten sie sich durch Ideen aus, die aus dem Rahmen fielen und polarisierten. Jetzt folgt der konsequente nächste Schritt, die Gründung der KOMMERZ – digitale Marken- und Einkaufserlebnisse GmbH mit Sitz in Gescher. Mitgesellschafter ist das eCommerce-Unternehmen Shopmacher. Sebastian Bomm: „Wir haben das Unternehmens-Konstrukt bewusst so gestaltet, dass wir im operativen Geschäft unabhängig von Shopmacher agieren, zugleich aber Synergieeffekte nutzen können, wo es Sinn macht.“

Emotionale Anziehungskraft statt Technokraten-Layout

Überzeugende Marken-Inszenierungen seien bislang im Online-Geschäft dünn gesät. „Was sich heute in den meisten Marken-Onlineshops an die Öffentlichkeit traut, ist unter Design-Gesichtspunkten ein absolutes NoGo“ stellt Tim Böker fest: „Gleichförmigkeit an allen Ecken und ein geradezu erschreckender Mangel an Ideen und Kreativität. Wo Marken inszeniert werden sollten, beherrscht langweiliges Technokraten-Layout die Szene. Nur ganz wenige Markenshops spielen souverän mit Emotionalität und schaffen digitale Erlebniswelten. Das aber ist der Weg, der sich abzeichnet. Wir wollen unseren Kunden diesen Weg ebnen.“

Man brauche sich nur die Entwicklung der stationären Flagshipstores und der klassischen Werbung anzuschauen, erklärt Sebastian Bomm. „Da werden mit zum Teil gigantischem Aufwand Markenwerte in die Welt gesetzt und inszeniert, nur um sie

emotional aufzuladen und die emotionalen Botschaften im Bewusstsein der Zielgruppen zu verankern. Genau das wird in den nächsten Jahren auch mit den Online-Flagshipstores passieren.“

Handel – das sei längst nicht mehr nur der Austausch von Waren. „Gerade in Zeiten gesättigter Märkte, in denen starke Marken an Bedeutung gewinnen, ist Handel auch der Transfer von Markenwerten. Das Erlebnis wird Teil der handelbaren Wertsumme. Wenn dem aber so ist, dann kann ich meine Marketing-Strategie, mein Corporate Design und das Image meiner Marke im Onlineshop nicht einfach ignorieren. Doch genau das geschieht bisher über weite Strecken im eCommerce.“

Kurz: Das Bild, das die meisten Onlineshops derzeit abgeben, sei ziemlich dürrtig. „Es ist geradezu erstaunlich, wie wenig Dynamik und Kreativität dort zu sehen ist. Das wollen wir ändern“, so die beiden KOMMERZ-Chefs selbstbewusst. „Unser Anspruch ist, das Selbstverständnis der eCommerce-Branche in Sachen Design umzukrempeln. Marken müssen sich inszenieren, müssen Erlebniswelten für ihre Kunden schaffen. Auch online. Deshalb heißt unser Motto `Less Tech – More Experience´.“

Hinweis für die Redaktion:

Diese Meldung und druckfähiges Bildmaterial stehen [hier](#) zum Download bereit. Sie erhalten Bilder und/oder die Studie aber auch gerne auf Anfrage an Herbert Grab, Tel.: (+49) 7127-5707-10, Mail: h.grab@kommerz.eu.

Über KOMMERZ (www.kommerz.eu):

Die eCommerce-Designschmiede KOMMERZ hat sich zum Ziel gesetzt, ein neues Design-Verständnis in der Online-Branche zu etablieren. Ihr Credo: Marken müssen sich auch online inszenieren und unverwechselbare Erlebnisse bieten.

Die KOMMERZ-Gründer Sebastian Bomm und Tim Böker sind überzeugt, dass die meisten Markenanbieter die Inszenierung ihrer Marke in den Onlineshops bislang sträflich vernachlässigen. Dadurch bleibe viel Marketing- und Umsatzpotenzial ungenutzt. Genau das will KOMMERZ ändern. Nicht die Technik dürfe dominieren, vielmehr müssten Erlebniswelten geschaffen werden, die den Besucher eines Onlineshops emotional ansprechen. Kurz: Less Tech – More Experience. Geschäftsführende Gesellschafter von KOMMERZ sind Tim Böker und Sebastian Bomm.

Kontakt:

KOMMERZ – digitale Marken und Shoppererlebnisse
Tim Böker / Sebastian Bomm
Hauptstraße 30
48712 Gescher
Fon: 02542 - 917 919-0
t.boeker@kommerz.de / s.bomm@kommerz.de
www.kommerz.de

Presse-Kontakt:

Herbert Grab
digit media
Schulberg 5
72124 Pliezhausen
Fon: 07127-5707-10
h.grab@kommerz.eu