

Eine Pfanne per Klick

Immer mehr Schweizer Traditionsmarken setzen aufs Internet als Vertriebskanal – so auch Kuhn Rikon.



Den Trend zum Online-Shopping konnte und wollte auch Kuhn Rikon nicht ignorieren. Die Schweizer Marke Nr. 1 für Kochgeschirr und Küchenhelfer bot ihre Produkte zwar schon lange online zum Verkauf an, aber erst mit der Einführung verschiedener Zahlungsoptionen über die E-Payment-Lösung von PostFinance kam der Verkauf im Web so richtig in Schwung – in den letzten vier Jahren wurden die Erwartungen deutlich übertroffen.

Ins Netz oder doch nicht ins Netz? Für ein traditionsreiches und markenbewusstes Unternehmen wie den Kochgeschirrhersteller Kuhn Rikon habe es längere Überlegungen gebraucht, ob es ebenfalls auf den Online-Kanal setzen sollte, bestätigt Marketingleiter René ab Egg, «denn unser wichtigster Absatzkanal ist und bleibt der Fachhandel». Doch heute könne es sich kein Unternehmen mehr leisten, dem Online-Geschäft fernzubleiben, hätten doch rund 80 Prozent aller Schweizer im Alter zwischen 14 und 60 Jahren Zugang zum Internet. «Deshalb haben wir uns vor rund vier Jahren entschlossen, unsere Produkte auch online zu verkaufen.» Anfänglich betrieb Kuhn Rikon das Online-Geschäft, ohne verschiedene elektronische Zahlungsoptionen anzubieten. Das hat sich nach den Worten von ab Egg nicht bewährt: «Unsere Kunden mussten Vorauszahlungen leisten, um eines unserer Produkte zu erwerben. Es überrascht kaum, dass dies nicht auf grossen Anklang gestossen ist.»

Den Kunden fehlten Zahlungsoptionen

Mit der Einführung einer umfassenden Zahlungslösung (Payment-Service-Providing-Lösung, PSP) vor vier Jahren hat sich die Akzeptanz des Online-Kanals schlagartig verbessert: «Unsere Erwartungen haben

sich erfüllt», zeigt man sich bei Kuhn Rikon zufrieden. Markant gesunken sind vor allem die Kosten. Das Unternehmen zahlt für den PSP-Kanal nun maximal 38 Rappen pro Transaktion. Die Zahlungsverarbeitung gehe zudem blitzschnell, und für die maximale Sicherheit sei gesorgt. Es bestehe kein Delkrederisiko beim Einsatz der PostFinance-Zahlungsarten für Internetshops.

Entscheid für PostFinance

«Gut bewährt hat sich, dass der Systementscheid zugunsten des E-Payments von PostFinance gefallen ist», bestätigt ab Egg. «PostFinance hat mit ihrem Gesamtpaket alle unsere Bedürfnisse abgedeckt und im Vergleich zur Konkurrenz in allen Punkten gleichwertig oder besser abgeschnitten.» Die wichtigsten Auswahlkriterien bei diesem Entscheid waren die grösstmögliche Sicherheit, und zwar sowohl für die Kunden wie für das Unternehmen, die Vertrauenswürdigkeit des Angebots und die breite Palette möglicher Zahlungsmittel mit mehr als 80 Zahlungsarten weltweit. «Wir wollten ein einfaches, benutzerfreundliches System mit transparenten Kosten. Weitere Pluspunkte sind zudem die europaweite Abdeckung der PostFinance-Lösung und die hohe Akzeptanz der PostFinance Card.»

Vorteile des E-Payments

- › Sicherheit für die Kunden und das Unternehmen
- › Grosses Kundenpotenzial
- › Benutzerfreundlichkeit
- › Schneller und sicherer Zahlungseingang
- › Vollautomatische Zahlungsabwicklung
- › Minimierung von Zahlungsausfällen
- › Einsatz weltweit gängiger Zahlungsarten

Dank Online-Shop deutlich mehr Kunden

Der Aufbau eines Online-Shops hat sich auch für ein traditionsbewusstes Unternehmen wie Kuhn Rikon bewährt: «Weil fast die ganze Schweizer Bevölkerung mittlerweile Zugang zum Internet hat, werden Online-Geschäfte immer beliebter. Für uns ist die Website neben dem Markenerlebnis ein wichtiger Informationskanal – insbesondere für erklärungsbedürftigere Produkte.»

Auch unter dem Strich hat sich die Einführung des E-Payments bezahlt gemacht. Die Umsätze im Webshop von Kuhn Rikon haben sich jedenfalls in den letzten vier Jahren sehr dynamisch entwickelt. «Anfänglich sind die Verkäufe regelrecht explodiert, heute sind die Zuwachsraten immer noch gut zweistellig», freut sich ab Egg.

Fazit: E-Payment, das elektronische Zahlen per Klick, macht den Online-Kanal zu einem attraktiven, kostengünstigen und sicheren Absatzweg – und dies sowohl für junge wie für traditionsreiche Unternehmen.

Kuhn Rikon

Die 1926 gegründete und im Tösstal domizillierte Kuhn Rikon AG entwickelt und produziert qualitativ hochwertiges Kochgeschirr, das in die ganze Welt verkauft wird. Besonders Erfolg haben die Produkte in China, Australien, Taiwan, Spanien, Grossbritannien und den USA. Das alteingesessene Familienunternehmen beschäftigt rund 180 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, rund 140 davon in der Schweiz und 40 in den Tochtergesellschaften in England, Spanien und in den USA. Besonders stolz ist das Rikoner Unternehmen auf das eigenständige Design der Produkte.