

SHOP-PORTRÄT

Cartier, Bulgari, Tiffany, Renésim

Zwei E-Commerce-Profis verkaufen über die Online-Juwelier-Seite Renésim.com selbst 210.000-Euro-Colliers über das Web

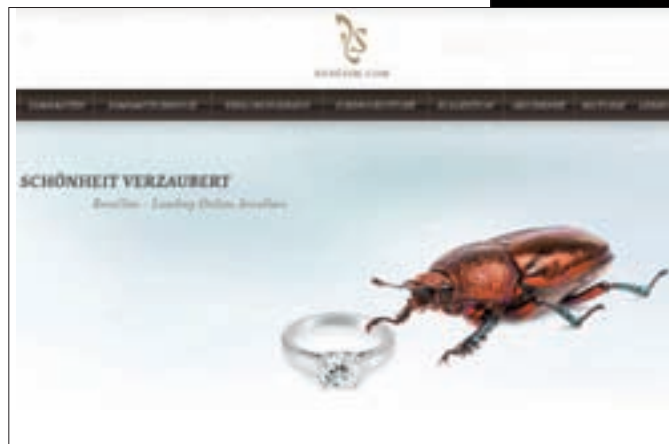
Ein „Faible für Dinge, die gut gemacht und hochwertig sind“, hatten die beiden Gründer Maximilian Hemmerle und Georg Schmidt-Sailer schon immer. Sie realisierten zusammen E-Commerce-Projekte im Kundenauftrag, bevor der Wunsch entstand, künftig das Heft komplett selbst in die Hand zu nehmen. Als Schmidt-Sailers erste Tochter auf die Welt kam, wurde auch schnell klar, womit: Weil er im Internet kein hochwertiges Schmuckstück für seine Frau fand, wurde die Idee des Online-Juweliers Renésim.com geboren.

Tradition und Moderne

„In den USA gab es teilweise bereits sehr erfolgreiche Ansätze, die aber so nicht für Europa adaptierbar waren“, erzählt Maxi-



Faible für Hochwertiges: Georg Schmidt-Sailer und Maximilian Hemmerle machten ihre Passion zum Beruf



Hochwertig: Der Shop basiert auf Magento, viel Geld floss ins Design

milian Hemmerle. Und da beschloss er, seinem zukünftigen Compagnon zu enthüllen, welcher „hochkarätigen“ familiären Hintergrund er eigentlich hat. Hemmerles Großvater René Sim Lacaze nämlich war ein französischer Schmuckdesigner und Künstler, der in Paris Schmuckstücke für bekannte Persönlichkeiten wie Marlene Dietrich, Michèle Morgan, Maurice Chevalier und die Herzogin von Windsor kreierte. Hemmerles Vater schrieb die Tradition fort und war 33 Jahre lang Teilhaber eines namhaften Juweliersgeschäfts in der Münchner Nobeleinkaufsmeile, der Maximilianstraße.

Als technikaffiner älterer Herr mit eigenem iPhone und iPad wurde Hemmerles Vater in das Projekt seines Sohnes, eigene, hochpreisige Schmuckentwürfe und Produktionen über das Web zu verkaufen, eingeweiht und stellte den beiden Jungunternehmern „mit freundlicher Skepsis“ einige der größten Edelsteinhändler Europas vor. Das Get-together war erfolgreich: Die Edelsteinhändler zeigten sich bereit, den jungen Männern unter die Arme zu greifen. „Es ist in der Branche gar nicht selbstverständlich, dass man überhaupt Ware bekommt, noch dazu zum Teil zu bes-



Werbeoffensive: Eine erste Printkampagne brachte kurzfristige Effekte

seren Konditionen“, erzählt Schmidt-Sailer. „Das sind Familien, die teilweise seit Generationen miteinander handeln, da funktioniert viel noch mit Handschlag.“

Vom Vater ganz vereinnahmen ließen sich die Gründer jedoch nicht. „Es war uns wichtig, eigenständig zu bleiben und meinen Vater nur als beratende Instanz zu konsultieren“, betont Hemmerle.

Guter Shop ist teuer

Nach dem „Yes“ der Edelsteinhändler ging es um die Klärung der Geldfrage. Schnell wurde klar: Es wurde ein deutlich sechsstelliger Betrag benötigt, um loslegen zu können. „Weil wir uns von Anfang an als sehr hochwertig positionieren wollten, konnten wir nicht wie andere Schmuckstücke nur in 3-D entwerfen. Wir haben relativ viel mit Schmuckprototypen exper-

rimentiert, um zu sehen, ob sich Dinge umsetzen lassen und wie wir mit den Goldschmieden zurecht kommen“, erzählt Hemmerle.

Die Suche nach Geldgebern gestaltete sich relativ einfach. „Wir haben einige Namen der deutschen Start-up-Szene kennengelernt und ein Angebot abgelehnt, bei dem jeder andere gesagt hätte, dass man das einfach annehmen muss“, sagt Schmidt-Sailer. Doch die beiden wollten jemanden, der versteht, dass sie an die Dinge anders herangehen wollten als andere. „Man kann sich hundert Mal Manufaktur nennen. Wenn man Kaufhausschmuck aus der Fabrik verkauft, ist es Kaufhausschmuck aus der Fabrik“, betonen die Gründer. Nachdem der österreichische Unternehmer Dr. Hansmann sein Investment zugesagt hatte, wurde innerhalb von drei Monaten der Shop auf Basis der Open-Source-Software Magento umgesetzt. Viel Aufmerksamkeit floss indes in das Shopdesign, um sich von anderen zu unterscheiden.

Im Juli 2010 veranstalteten die Jungunternehmer ein großes Event zum Launch. Schmuckliebhaber aus dem familiären Umfeld und Medienvertreter wurden die ersten Stücke des neuen Online-Juweliers Renésim präsentiert, die Maximilian Hemmerle noch zusammen mit seinem Vater kreiert hatte. Inzwischen hat sich der Junior kreativ freigeschwommen. Der Senior liefert nur noch Tipps in Detailfragen. Die ersten Bestellungen



Namenspatron: Großvater René Sim Lacaze entwarf Schmuck für die Dietrich

wurden von Bekannten getätigt. Ihr Feedback floss in die Optimierung der Seite ein. Gelernt haben die Jungunternehmer dabei: Man braucht das Vertrauen der Leute, gute Bilder, muss viel kommunizieren und großzügige Rücksendekonditionen bieten.

Doch auch als Händler ist Vertrauen in die Kundschaft wichtig, wenn man ein Collier für 210.000 Euro im Web verkauft. „Wir kommunizieren viel mit unseren Kunden. Da bekommt man mit der Zeit ein Gespür dafür, welche Kunden nicht echt sein könnten“, sagt Hemmerle, will sein Know-how in Sachen Betrugsprävention aber lieber für sich behalten.

Den Durchbruch im Business brachte das Weihnachtsgeschäft 2010: Zwischen null und zehn Pakete verlassen inzwischen pro Tag hübsch verpackt die Renésim-Werkstätte, häufig abgeholt von einem bewaffneten Mitarbeiter eines Werttransportunternehmens. Die Kunden, im Durchschnitt zwischen Ende 20 und 60 alt und größtenteils männlich, kommen mittlerweile aus ganz verschiedenen Zielgruppen, nicht nur über

das persönliche Netzwerk. Der durchschnittliche Bestellwert liegt im vierstelligen Bereich, aber auch 50.000-Euro-Schmuckstücke werden durchaus online bestellt. „Unser Logistikzentrum ist ein großer Tisch“, lacht Schmidt-Sailer. „Wenn wir mal 1.000 Stück pro Tag verschicken, können wir uns über die Logistik noch einmal unterhalten. Dann sind wir aber so groß wie Tiffany oder Bulgari und Weltmarktführer im Online-Schmuck.“

Abwegig erscheint das den Gründern jedoch nicht. Gefragt nach den künftigen Zielen von Renésim sagt Maximilian Hemmerle selbstbewusst: „In einem Atemzug genannt werden mit Marken wie Cartier, Bulgari und Tiffany.“ dz

Weitere Infos unter www.internetworld.de/webcode
 **WEBCODE 1110028**

Alle bislang erschienenen Shop-Porträts finden Sie unter diesem Webcode als Gratis-Download



RENESIM.COM

Shop-Ausweis

- Gründung: 2010 in München
- Anzahl der Mitarbeiter: 10
- Shop-Software: Magento
- Versandsoftware: inhouse
- SEO-/SEA-Agentur: inhouse
- Callcenter-Partner: inhouse
- Logistik: inhouse