

★ Dr.Hauschka - offener Brief ★

Ein netter Brief flattert ins Haus. Von unserem Naturkosmetik-Partner Dr.Hauschka. Da heißt es freundlich „Ermahnung zur Umsetzung der Internet-Autorisierungs Voraussetzungen“. Auf das vorangegangene Schreiben hatten wir nicht reagiert.

Denn, wer Produkte in seinem Onlineshop anbieten möchte hat sich an die Vorgaben zu halten. Die da bei Momo zu bemängeln wären: Seitenstruktur und Technikausstattung.

Momos Seitenstruktur sei „mangelhaft“. So fehle zum Beispiel die „webcorner“.

Eine kurze Frage bei Dr.Google zeigt: bei „apotheker-schnäppchen“ ist es richtig gemacht. Und „Douglas“ bekommt auch ein „sehr gut“.

Was hier richtig ist verbirgt sich meiner Intelligenz. Das kleine Logo in der Ecke von unserem Doktor? Das ist ganz offensichtlich wichtiger als eine jahrzehntelange Partnerschaft. Wichtiger als ein Kriterienkatalog für Seriosität und ökologische Konsequenz, Markenzeichen des Naturkost-Fachhandels.

Weiterhin sei die „technische Ausgestaltung der Suchfunktion, die die Unterseiten nicht zielgenau ansteuert“ zu bemängeln. Ebenso die fehlende „Autocomplete-Funktion der Suchmaschine“ sowie die „ungenügende (man beachte die Steigerung !) Möglichkeit zur schnellen Navigation auf verschiedenen Unterseiten“.

Im einem Telefonat findet sich heraus: Diese Funktionen stehen mir nicht zur Verfügung da mein Onlineshop darüber nicht verfügt. Wie Hunderten anderen Bioläden auch, die den selben Anbieter auswählten. Deshalb sei das auch nicht so wichtig.

Und schließlich wegen „der fehlenden Möglichkeit zur Nutzung der üblichen Bezahlssysteme“. Kein PayPal, keine Direktüberweisung, kein Dr. Hauschka.

Aber das käme bei Momo ja eh nicht in Frage, weil wir ja keinen Versandhandel haben.

Wozu dann der Brief? Weshalb dann dieses Einschreiben? Alle Kritikpunkte lösen sich in Luft auf. Ach so. Ich solle doch bitte die Artikel pflegen. Also etwa 200 Artikelbeschreibungen mit Anwendungs- und Allergiehinweisen versehen. Und die Bildchen dazu schön manuell hinzufügen.

Ha ! Die paar Wochen Pflege, das kann ja jeder Bioladen für sich selbst machen, dazu braucht es keine Plattformen, back to the Handarbeit. Und wenn es nächstes Jahr dann wieder einen heiß ersehnten „Relaunch“ der Marke gibt stehe nehme ich mir einfach 2 Wochen Urlaub zwecks Datenpflege - ODER WAS ?!

„Für Rückfragen stehen wir Ihnen unter „markenpartner@dr.hauschka.de“ jederzeit zur Verfügung“. Partner, hörthört. Da besteht ein grundsätzliches Missverständnis. Eine Partnerschaft ist a priori von gegenseitigem Nutzen geprägt. Win-win würde Dr.Hauschka sagen.

Mein Urteil: Ungenügend, Sechs, Setzen !

Haben Sie nicht auch was von anderen Anbietern im Sortiment? Doch, haben wir. Und vor allem Partnerschaftliches.