

## PRESSEINFORMATION

---

08. Juli 2013

### Hammer.de feiert einjährigen Geburtstag



Neu-Ulm: Der Online-Shop des Fitnessgeräteherstellers HAMMER SPORT AG feiert seinen ersten Geburtstag. Perfekt zu Hause trainieren – das ist der Anspruch des Unternehmens und so werden neben Cardio- und Kraftgeräten auch Wellness- und Boxingartikel sowie E-Bikes angeboten. Der Online-Shop [www.hammer.de](http://www.hammer.de) punktet mit informativen Inhalten, moderierten Kurzvideos und einer exzellenten Beratung via E-Mail und Telefon. Mit Hilfe des Online-Produktberaters können Kunden mit wenigen Schritten auch selbst das breite Produktportfolio eingrenzen und für ihr individuelles Trainingsziel das passende Fitnessgerät finden.

Hammer.de betreut Kunden von der Produktberatung über den Gerätekauf bis zum Erreichen ihres Fitnessziels und unterstützt jeden bei seinem persönlichen Projekt. Dieser Ansatz hat sich ausgezahlt: Bereits im ersten Jahr wurden die gesteckten Ziele weit übertroffen. Eva-Maria Kast, Leiterin des E-Commerce-Bereichs der HAMMER SPORT AG, verrät im Interview Hintergründe zum Projekt Hammer.de, dem ersten Markenonline-Shop eines Fitnessgeräteherstellers in Deutschland überhaupt.

#### **Wie ist HAMMER SPORT das Projekt „Hammer.de“ angegangen?**

Da immer mehr Kunden über das Internet einkaufen, ist HAMMER SPORT als erster Fitnessgerätehersteller dieser Entwicklung gefolgt und mit einem eigenen Hersteller-Shop online gegangen. Und unsere Arbeit hat gezeigt: Das Interesse und die Nachfrage ist da! Struktur und Inhalte des Online Shops wurden größtenteils Inhouse konzipiert und realisiert. Unterstützung für Teilaspekte haben wir uns von Lemundo geholt, einer kompetenten E-Commerce-Agentur aus Hamburg. Zusätzlich war uns eine ansprechende Bildwelt wichtig. Hierfür haben wir mit einem professionellen Team in zwei Foto-Shootings unser eigenes Verständnis von Fitness in Bildern umgesetzt. Sport und Fitness ist emotional und echt – das soll man auch sehen.

#### **Wie wirkt sich der Erfolg von Hammer.de auf den Fachhandel aus?**

Nicht nur unsere Endkunden im Store oder Online-Shop sind begeistert, auch unsere Händler haben dieses Jahr mehr bestellt und freuen sich über die verbesserte Produktpräsentation mit Bildern, Videos und detaillierten Trainingstipps. Unsere größere Präsenz im Markt durch Online-Shop und die HAMMER Factory Stores wirkt sich positiv auf die Markenbekanntheit aus, HAMMER-Produkte sind für viele Kunden „greifbarer“ geworden und werden häufiger nachgefragt. Diesen positiven Effekt spüren auch unsere Fachhändler.

#### **Hat sich nach den ersten Praxiserfahrungen noch etwas Grundlegendes verändert?**

Wir haben die Zahlungsmöglichkeiten noch erweitert und nach Verhandlungen mit unserem Partner RatePay ein höheres Finanzierungs- und Warenkorblimit erhalten. Somit ist ein Fitnessgerätekauf auch auf Rechnung und per Ratenkauf im höheren Preissegment möglich. Das ist besonders für unsere hochpreisigen Premiumartikel von Vorteil.

### ***Fitnessgeräte sind ja bekanntlich nicht ganz klein? Wie laufen Versand und Retouren?***

Da sich viele Leute im Vorfeld informieren und unsere Kundenberatung am Telefon und per E-Mail ausgezeichnete Arbeit leistet, haben wir sehr wenig Retouren. Dazu kommt die gute Qualität unserer Produkte und so liegt die Retourenquote im niedrigen einstelligen Bereich.

### ***Wie sieht die Unternehmensstrategie aus?***

Das Prinzip Multi-Channel funktioniert hervorragend. Mittlerweile gibt es deutschlandweit sechs HAMMER Factory Stores in denen Kunden regional fast unser gesamtes Sortiment erleben und testen können. Der Online-Shop fügt sich hier mit dem hohen Informationsgehalt wie z.B. Videos und Trainingstipps harmonisch ein, weswegen wir die Verknüpfung zwischen online und offline immer enger schnüren. Beide Seiten profitieren voneinander und arbeiten zusammen. Für die Zukunft ist geplant, dieses Konzept auch auf das europäische Ausland auszuweiten.

### ***Wie werben Sie für hammer.de?***

Wir werben für Hammer.de hauptsächlich online. Hier können wir ohne große Streuverluste gezielt unsere Zielgruppen ansprechen. Neben Display Advertising, Retargeting und SEM nutzen wir vor allem auch den persönlichen Draht via E-Mail zum Kunden, den wir mit Newslettern über Trends, neue Produkte und Fitnessthemen informieren. Wichtig für alle Marketingmaßnahmen ist es, dass wir Online-Shop und stationäre Stores eng verknüpfen. So ist Hammer.de z.B. auch bei regionalen Offline-Medien präsent.

### ***Was sind aktuell Ihre größten Herausforderungen?***

Viele Kunden möchten ihr Fitnessgerät bis zum finalen Aufstellort in der Wohnung geliefert bekommen und das auch am Wochenende. Da unterscheiden sich die Schweizer und Österreicher nicht von unseren deutschen Kunden. Anlieferung und Aufbau auch im Ausland kostengünstig und effektiv mit zuverlässigen Speditionspartnern zu realisieren ist aktuell unsere größte Herausforderung.

### ***Wo wollen Sie mit Hammer.de an dem zweiten Geburtstag sein?***

Unser vorrangiges Ziel ist es, Fitness zu Hause erlebbar und immer mehr Menschen die vielen Vorteile eines gesunden, aktiven Lebensstils bewusst zu machen. Natürlich möchten wir dabei wachsen und unsere Umsatzzahlen weiter steigern. Aber das kann weiterhin nur funktionieren, wenn wir den Fitnesssportler kompetent informieren. Deshalb arbeiten wir daran, immer mehr wertvollen Content mit Zusatznutzen für die Kunden auf hammer.de zu präsentieren.

### **Exkurs: Wissenswertes über den Online-Shop Hammer.de**

Der interessierte Fitnesssportler erhält auf [www.hammer.de](http://www.hammer.de) umfangreiches Hintergrundwissen zu diversen Fitness- und Trainingsthemen und die Möglichkeit, telefonisch oder per E-Mail einen Personal Trainer von HAMMER SPORT zu kontaktieren. Auch konkrete Trainingspläne können für die Cardiogeräte von HAMMER und FINNLO über das unternehmenseigene Online-Trainingsplansystem [www.der-trainingsplan.de](http://www.der-trainingsplan.de) generiert werden.

Wer die Fitnessgeräte ausgiebig persönlich testen will, kann sich in den HAMMER Factory Stores oder bei den Fachhändlern vor Ort von der Qualität der Produkte überzeugen. Eine Händlersuche ist im Onlineshop integriert, schnell kann hier das nächste Fachgeschäft gefunden werden. Die Interaktionsmöglichkeiten im neuen Online-Shop hammer.de sind vielfältig: Die Kunden können nicht nur Kundenbewertungen abgeben und ihre Zustimmung über Facebook und google+ teilen, sondern auch Fragen zum Produkt stellen, die von professionellen Fitnesstrainern beantwortet werden. Das Herzstück des Onlineshops ist der Produktberater: Kunden können mit wenigen Schritten das breite Produktportfolio eingrenzen und für ihr individuelles Trainingsziel (z.B. Krafttraining Arme) das passende Fitnessgerät finden. Das Ziel des Webshops ist klar definiert: Den Kunden von der Produktberatung über den Gerätekauf bis zum Erreichen seines Fitnessziels bestmöglich zu betreuen und bei seinem persönlichen Projekt zu unterstützen.

### **Pressekontakt**

Jona Götsche  
HAMMER SPORT AG  
Tel.: +49 (0)731 / 97488 - 43  
E-Mail: [goettsche@hammer.de](mailto:goettsche@hammer.de)