Süße Vielfalt im unverwechselbaren Design – candyandmore.de Interview

Dem Online-Shop ein eigenes und unverwechselbares Gesicht geben – das ist ein wichtiger Baustein, wenn es um das Thema Kundengewinnung und- vertrauen geht. Bei dem Trusted Shops Mitglied Candy and More hat man auf diesen Bereich besonderes Augenmerk gelegt: nicht nur der Shop selber, sondern auch sämtliche Kommunikations- und Werbemittel wie Briefpapier, Flyer, Newsletter, Blog oder E-Mails sind hier aus einem unverwechselbaren Guss – und das zahlt sich aus.

Erfahren Sie mehr in unserem Interview mit Simone Brune, Inhaberin von candyandmore.de

Was ist das Besondere an Ihrem Shop? Was ist die Idee?
Mein Slogan "Süße Vielfalt, die verführt" sagt schon alles. Der Kunde freut sich bei Candy And More über ein vielseitiges Süßwaren-Sortiment, das eben nicht mit Null-Acht-Fünfzehn-Supermarktangeboten vergleichbar ist. Statt dessen setze ich auf Marken und Hersteller mit hohen Qualitätsansprüchen, die immer wieder innovative Produkte entwickeln. Hinzu kommen internationale Markenprodukte, die hierzulande kaum zu bekommen sind. Allen voran: britisch Food & Sweets, Weight Watchers-Produkte sowie das komplette Jelly Belly Beans-Sortiment aus den USA. Jeder Kunde, egal ob alt oder jung, findet bei Candy And More "sein" spezielles süße Highlight – und das zu fairen Konditionen.

Wie sind Sie zum Shopbetreiber geworden? Was hat Sie auf die Idee zu Ihrem Shop gebracht?
Anfangs versuchte ich via Ebay mein Glück im Nebenerwerb. Doch schnell wurde mir klar, dass an Ebay nur Ebay selbst verdient und dass die Gewinnmargen im Sektor Süßwaren zu gering waren, um wirtschaftlich zu arbeiten. Ich suchte mir ein Shopsystem, damals noch auf Mietbasis, und fing mit zwanzig Produkten an.

Verraten Sie uns, was Sie beruflich gemacht haben, bevor Sie Shopbetreiber wurden?
Ich war kaufmännische Angestellte bei einer der größten Banken Deutschlands.

Welches Shopsystem nutzen Sie?
2005 kam ich, übrigens durch Empfehlung meiner Texterin Fiona Amann, zu Oxid E-Sales. Sie war es auch, die für meinen Süßwarenladen zunächst ein durchgängiges Konzept entwickelte und anschließend, zusammen mit der Programmiererin Monika Kriesmann, Candy And More.de im Oxid PE 3.0 System umsetzte. Ohne diese großartige Teamarbeit wäre der Shop, so wie er heute existiert, nie möglich gewesen. Ich selbst verstehe von Programmierung nämlich rein gar nichts. Mein Job ist der Einkauf, die Artikelpflege und der Verkauf bzw. die telefonische Beratung der Kunden – alles weitere übernimmt mein Team.

Welche Zahlungssysteme bieten Sie jetzt an?
Vorkasse, Lastschrift, Kreditkartenzahlung, Barzahlung und Rechnungskauf. Auf Nachnahme verzichte ich schon seit Jahren, da die Kosten für den Kunden unverantwortlich hoch sind. Prinzipiell habe ich die Erfahrung gemacht, dass Kunden auch die Vielfalt an Zahlungsarten honorieren. Für neue Zahlungssysteme bin ich immer offen, sofern die Konditionen stimmen und die Vorteile die Nachteile überwiegen. Deshalb erwäge ich derzeit zusätzlich den Einsatz von Giropay, um Kunden das sofortige und sichere Online-Überweisen zu ermöglichen.

Was tun Sie, um das Vertrauen Ihrer Kunden zu gewinnen und zu erhalten?
Vertrauen und Service sind das A und O! Der Kunde soll sich bei Candy And More wohl fühlen und wissen, dass er auf der anderen Seite seines Monitors echte Ansprechpartner findet. Auch bzw. gerade dann, wenn es Probleme gibt. Ich sehe keinen Sinn darin, mit Kunden um ein paar Euros zu zanken. Der Kunde hat erst einmal recht, wird zuvorkommend bedient und wenn möglich, erfülle ich auch gerne Sonderwünsche. Diesen Service lieben insbesondere Businesskunden, die keine Lust haben, sich durchs Sortiment zu wühlen. Sie werden von mir via E-Mail und telefonisch persönlich beraten. Dadurch spart der Kunde jede Menge Zeit und ich lerne gleichzeitig die Vorlieben und Wünsche der Kunden noch besser kennen und kann entsprechend flexibel reagieren. Natürlich haben wir auch von Anfang an unsere Hausaufgaben gemacht: Der Shop und sämtliche

Kommunikations- und Werbemittel sind durch die Bank unverwechselbar aus einem Guss. Ob Briefpapier, Gutscheinkarten, Flyer, Newsletter, E-Mail, Blog … alles pink, alles gut, alles Candy And More. Süße Vielfalt, die verführt! Der Kunde weiß immer, wessen süße Botschaft er gerade sieht und liest. Einen unverwechselbaren Shop und einen eigenständigen Kommunikationsstil zu gestalten ist wichtiger, als viele Shopbetreiber es anfangs für möglich halten.

Gibt es technische Besonderheiten, auf die Sie stolz sind?
Vor gut zwei Jahren habe ich das Kundenbindungsinstrument Candypoints angestoßen und individuell programmieren lassen. Mit den Candypoints sammelt der Kunde bei jedem Einkauf geldwerte Rabattpunkte ein, die er einlösen kann, wann auch immer es ihm gefällt.

Spielt eBay eine Rolle für Sie?
Ebay spielt keine Rolle mehr für mich. Allerdings ist es mir gelungen, Ebay-Kunden aus dem Anfangsjahr zu behalten. Sie gehören jetzt teilweise zu meinen treuesten Stammkunden.

Haben Sie auch ein klassisches Ladengeschäft?
Nein, noch nicht. Aber wer weiß schon, was die Zukunft bringt. In der Zwischenzeit ist “Candy” immer wieder gerne regional und saisonal “on Tour”. Mein mobiler Stand ist nebst ausgewählten Sortiment ein gern gesehener Gast auf diversen regionalen Märkten und Veranstaltungen.

Seit wann gibt es Ihren Online-Shop?
Seit 2002

Betreiben Sie den Shop haupt- oder nebenberuflich?
Nach drei Jahren war Candy And More rein zeitlich gesehen für mich nicht mehr nebenerwerblich zu führen. Seither betreibe ich den Süßwarenhandel hauptberuflich. Dabei werde ich durch sechs “feste Freie” tatkräftig unterstützt. Hinzu kommen bis zu fünf Aushilfskräfte für die besonders verkaufsstarken Wochen vor Weihnachten bzw. für “Candy on Tour”.

Gibt es Teilbereiche Ihres Shops, die Sie an Partner abgegeben haben?
Selbstverständlich. Wie bereits erwähnt, konzentriere ich mich auf den direkten Kundenkontakt und auf den Einkauf. Ich kontaktiere Hersteller, besuche wichtige Branchen-Messen, knüpfe Kontakte und begebe mich immer wieder auf “süße Entdeckungsreise.” Alle anderen Bereiche wie Marketing, Pressearbeit, Corporate Blogging, Programmierung, Packstation, Lager, Versand und Inkasso werden durch meine fähigen Mitarbeiter zuverlässig abgedeckt. Candy And More ist ein erfolgreiches Teamprojekt. Im Grunde ist das für einen Süßwarenladen nichts besonders, wäre da nicht die Tatsache, dass ich einige, um nicht zu sagen meine beiden wichtigsten Mitarbeiterinnen im Marketing und der Programmierung nur virtuell via Telefon und E-Mail-Kontakt kenne. Dennoch könnte die Zusammenarbeit nicht besser sein. Der bisherige Erfolg gibt uns dabei recht. Daher möchte ich die Gelegenheit hier nutzen, Fiona Amann und Monika Kriesmann öffentlich ein dickes Lob auszusprechen. Sie haben es sich redlich verdient.

Wie bekommen Sie neue Besucher in den Shop?
Den besten Tipp, den ich Shopbetreibern geben kann ist: Halten Sie Ihre Kunden bei Laune. Bestes und zuverlässigstes Marketinginstrument ist unser Newsletter “Süße Botschaften von Candy And More”. Hinzu kommen Linktausch, Flyer, Candys Blog. Wenn es um den forcierten Abverkauf bestimmter Produkte geht, nutze ich auch gerne Google Adwords. Hinzu kommen ausbaufähige Kooperationen mit zwei privaten Fernsehsendern.

Gab es Dinge, die nicht so geklappt haben, wie geplant?
Ich kann über die Entwicklung von Candy And More nicht klagen. Sicher gab es immer mal wieder Kleinigkeiten, über die ich mich ein wenig geärgert habe – am meisten über mich selbst. Im Großen und Ganzen bin ich rundherum zufrieden. Manchmal bin ich ein bisschen zu ungeduldig mit mir selbst … aber das gibt sich von ganz alleine. Das traurigste Ereignis war, als eine Mitarbeiterin aus gesundheitlichen Gründen vor einigen Monaten ausgeschieden ist. Nachdem sie auf der programmiertechnischen Seite dem “Baby” Candy And More das Laufen gelehrt hatte, war das für uns alle nicht nur menschlich ein enormer Verlust. Es war auch sehr schwer, die Lücke zu schließen, die Monika Kriesmann hinterlassen hat. Nicht alle Programmierer kommen gleichermaßen gut mit einem starken Frauenteam zurecht. Nach einem nervenaufreibendem Fehlversuch, habe ich jetzt eine neue programmierende Hand gefunden. Das Team muss sich jetzt komplett neu finden … daran arbeiten wir alle noch.

Gab es Dinge, die eine unerwartete positive Dynamik entwickelt haben?
Ja, alle Werbemaßnahmen, die wir aufeinander abstimmen, entwickeln sich bestens. Der Newsletter ist dabei mein wichtigstes Marketinginstrument. Er wird von den Lesern gerne gelesen. Die Abbestellquote ist sehr sehr gering, gleichzeitig wächst die Abonnentenzahl stetig und zuverlässig. Das Schönste jedoch ist: Sobald der Newsletter läuft, "klingelt die virtuelle Ladentür."

Hatten Sie in der Vergangenheit Probleme mit Abmahnungen?
Nein. Ich habe allerdings von Anfang an darauf geachtet, dass Candy And More möglichst rechtssicher ist. Dazu gehören das Trusted Shops– und das SSL-Zertifikat genauso wie zwei fähige Juristen, die im Hintergrund stets für klare und saubere Verhältnisse sorgen.

Haben Sie Tipps für andere Shopbetreiber?
Ja, sogar eine kleine Liste:

Seien Sie geduldig. Die wenigsten Maßnahmen fruchten von Heute auf Morgen, sondern müssen sich entwickeln.
Haben Sie ein offenes Ohr für Kunden und deren Wünsche.
Seien Sie fair. Zu Wettbewerbern, Mitarbeitern und zu Kunden. Unfaires Verhalten wirkt sich über kurz oder lang negativ auch auf das eigene Geschäft aus.
Definieren Sie sich nicht über Preis und Umsatz. Nachhaltiges Wachstum ist wichtiger als schneller Erfolg.
Bleiben Sie Mensch. Je größer ein Onlineladen wird, desto größer ist die Gefahr, eine scheinbar unüberwindbare "gläserne" Distanz zum Kunden aufzubauen und gleichzeitig an Bodenhaftung zu verlieren. Seien Sie also wachsam und holen Sie sich hin und wieder Rat von außenstehenden Beobachtern, die Ihren Laden bzw. alles, was mit dem Kauf und Kundenkontakt zu tun hat, schonungslos kritisieren.
Betreiben Sie Ihren Laden mit Herzblut und Leidenschaft.
Nutzen Sie schon Web 2.0 Möglichkeiten, z.B. einen eigenen Blog, Produktbewertungen oder soziale Netzwerke?
Ja sicher. Unser Blog "Candys Bonboniere" ist gut besucht und wird von Kunden gerne gelesen. Auch weil sie dort als erstes von Produktneuheiten erfahren. Jedes einzelne Produkt kann im Shop kommentiert werden und beispielsweise bei Mr. Wong, Technocrati etc. gebookmarkt werden. Letzteres Feature ist brandneu. Ob die Kunden diese Möglichkeit annehmen werden, kann ich daher bislang noch nicht abschätzen.

Wo informieren Sie sich zum Thema Online-Shopping?
Ich besuche regelmäßig diverse Foren, Blogs und Online-Magazine. Dazu gehören u.a das Oxid-Forum, das Shopbetreiber-Blog, Marke-X, Internet-World, das Manager Magazin und Legaler Shop.

In welchem Shop kaufen Sie persönlich am liebsten ein?
Einen Lieblingsshop habe ich nicht. Allerdings besteht meine Familie auf strenge, persönlich durchgeführte Qualitätskontrollen, wenn es um die Produkte des eigenen Shops geht. So komme ich nicht umhin, öfter mal eine Runde Süßes zu spendieren. Immerhin weiß ich hinterher sehr genau, wie gut das jeweilige Produkt schmeckt und ob ich es meinen anspruchsvollen Kunden zum Kauf empfehlen kann.

Wenn Sie sich selbst ein Bild vom Shop machen wollen, finden Sie hier den Link: www.candyandmore.de