

"Plaudern aus dem Nähkästchen" - Interview mit bastelundhobbykiste.de

☒ Schon seit dem Jahr 2000 gibt es den Shop bastelundhobbykiste.de. Mittlerweile hat die Betreiberin Handarbeits-Freunden in der ganzen Welt mit ihren teils sehr originellen Produkten beliefert. Im folgenden Interview gibt Martina Schimbach wertvolle Tipps zum Thema kundenfreundliches Shopdesign und erläutert dabei auch ihre sehr vorbildliche Firmenphilosophie.

Was ist das Besondere an Ihrem Shop?

Die Kunst des Shops liegt im Zusammenführen verschiedener Fäden, ähnlich wie bei vielen Handarbeiten. Die Kundin bekommt in meinem Shop einfach alles rund ums **Stricken, Sticken und Häkeln**. Hierbei spielt für uns keine Rolle, woher die Ware kommt und wohin sie nachher geht. Die Bastel- und Hobbykiste ist also nur der „Knoten“ für Handarbeits-Freunde in der ganzen Welt. Wir kaufen in den USA, aber auch in Indien oder dem europäischen Ausland ein, liefern aber weltweit in alle Länder, selbst in exotische Länder wie Mauritius, Saudi-Arabien, Grönland oder Taiwan. Es gibt kaum ein Land, das unser Shop noch nicht kennt oder beliefert hätte.

Wie sind Sie zum Shopbetreiber geworden?

Wie bei so vielen Onlinern habe ich mein Hobby zum Beruf gemacht. Zunächst habe ich Handarbeitswaren auf Märkten verkauft, später umgesattelt auf die nötigen Materialien. So entstand der Shop im Jahr 2000, zunächst mit wenigen Artikeln. Jetzt sind es schon knapp 10000 Artikel!



Verraten Sie uns, was Sie zuvor beruflich gemacht haben?

Ich bin gelernte Bürokauffrau gewesen bei Hugo Leibbrand, der jetzigen Rewe AG.

Welches Shopsystem nutzen Sie?

Bei mir kommt die Oxid esales Enterprise Version zum Einsatz, technisch betreut und angepasst wird das System durch anzido.com.

Welche Zahlungssysteme bieten Sie jetzt an?

Neben den üblichen Zahlarten wie Vorkasse, Kreditkarte, Lastschrift lege ich großen Wert auf Kundenzufriedenheit und richte mich deshalb nach den wechselnden Anforderungen der Kunden. So bieten wir nicht nur Stammkunden den Kauf auf Rechnung an. Immer größerer Beliebtheit erfreut sich derzeit aber vor allem Paypal. Was früher nur ausländische Kunden nutzten, wird immer stärker auch innerhalb von Deutschland zum Standard. Seit März bieten wir nun auch Paypal Express - schnelle Bezahlung ohne zusätzliche Adresseingabe - an.

Was tun Sie, um das Vertrauen Ihrer Kunden zu gewinnen?

Wir gewinnen Kunden vor allem durch die persönliche Note des Shops. Persönliche und schnelle Betreuung bei E-Mail-Anfragen ist bei uns selbstverständlich, ebenso eine kostenlose Bestellhotline. Wir wollen nicht an der Beratung verdienen, wie andere Shops es mit kostenpflichtigen Hotlines tun, sondern mit guten Produkten und glücklichen Kunden.

Gibt es technische Besonderheiten, auf die Sie stolz sind?

Keine besonderen technischen Besonderheiten, wichtig ist vor allem das Team, dass mit mir in den letzten Jahren zusammengearbeitet hat und auf das ich nicht mehr verzichten möchte. Mit den richtigen Leuten lässt sich einiges an Ärger, Zeitverlust und unnötigen Kosten sparen. Mein besonderer Dank gilt deshalb bei der Entwicklung Andreas Ziethen von [anzido](http://anzido.com), beim Online-Marketing Florian Langenbacher von shoptimax.de, beim Text Stefan Voigt von [house of user](http://houseofuser.com) und bei der Grafik Gaby Pfrüner von [Safran Works](http://safranworks.com). Zur Software ist übrigens noch zu erwähnen: Erst dank der Warenwirtschaft [Pixi](http://pixi.com) ist es gelungen, unseren Warenversand dem geforderten Versandvolumen anzupassen. Wir rechnen hier etwa mit der dreifachen Kapazität gegenüber der früheren Lösung.



Im Blog von bastelundhobbykiste.de gibt es interessante Tipps und Hilfen zum Thema Handarbeit

und Basteln. Mit Hilfe des Knopflochkonfigurators lässt sich hier beispielsweise die optimale Anzahl und Aufteilung von Knopflöchern bestimmen.

Spielt eBay eine Rolle für Sie?

Nach 2 Jahren der ebay-Abstinenz haben wir wieder ein paar Artikel dort eingestellt, jedoch eher zur Neukundenfindung.

Haben Sie auch ein klassisches Ladengeschäft?

Kein echtes Ladengeschäft, unsere Kunden können die Ware aber auch vor Ort abholen. Der Online Handel ist jedoch der bei weitem überwiegende Umsatzgeber.

Seit wann gibt es Ihren Online-Shop?

Bastelundhobbykiste.de gibt es seit Juni 2000. Hinzugekommen ist aufgrund des hohen Anteils an Beratungs- und Fachliteratur seit März 2007 der Büchershop kreative-buecher.de.

Betreiben Sie den Shop haupt- oder nebenberuflich?

Der Shop wird von mir hauptberuflich betrieben, die Mitarbeiter sind alle externe Helfer, vor Ort hilft die eigene Familie.

Planen Sie Neueinstellungen für das Jahr 2008?

Tja, das kann ich zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht beantworten. Ich denke aber immer öfter darüber nach, mir Hilfe ins Boot zu holen.

Gibt es Teilbereiche Ihres Shops, die Sie an Partner abgegeben haben?

Ja, im Prinzip sind alle Bereiche, die nicht im direkten Zusammenhang mit der Warenbeschaffung und dem Warenversand stehen, ausgegliedert und nicht vor Ort. Das fängt bei der technischen Unterstützung an und wird gefolgt vom Marketing und Text/Webdesign. Das Inkasso ist ebenfalls in professionellen Händen.

Wie bekommen Sie neue Besucher in den Shop?

Nun, es geht vor allem darum, das "Gespräch" mit Bestandskunden stetig aufrecht zu erhalten, zum Beispiel per E-Mail, über die Hotline, Blogs, Foren etc. Durch Mundpropaganda kommen dann auch neue Kunden zu uns. Ferner arbeiten wir im Online-Marketing erfolgreich mit shoptimax zusammen.

Gab es Dinge, die nicht so geklappt haben, wie geplant?

Ja, unser Umstieg auf die Oxid esales Enterprise Version zehrte gehörig an den Nerven. Aber auch ich lerne dazu: Software-Projekte halten sich eben selten an den geplanten zeitlichen Rahmen... Im Nachhinein betrachtet war die Entscheidung zum Umstieg jedoch goldrichtig und die Früchte werden jetzt geerntet.

Gab es Dinge, die eine unerwartete positive Dynamik entwickelt haben?

Unser Umstieg 2003/2004 auf Oxid esales hat sich trotz aller Hürden als richtige Entscheidung erwiesen. Aufgrund der damit einsetzenden Dynamik ist das wie ein neuer Lebensabschnitt, sowohl privat als auch geschäftlich.

Haben Sie Tipps für andere Shopbetreiber?

Die letzten Jahre haben gezeigt, dass unsere besten Berater die Kunden und Kundinnen sind. Hat man hier ein offenes Ohr, nimmt das Wort Kundendialog ernst und bleibt dran, wird das auch mit Käufen und Treue belohnt. Aber hier wie bei allen Dingen gilt: gut Ding will Weile haben. Auch im superschnellen Internet geht nichts von jetzt auf gleich, Marketingmaßnahmen brauchen ebenso ihre Zeit wie technische und konzeptionelle Änderungen. Ein offenes Ohr für Kunden zu haben bedeutet aber auch, jeden Kunden ernst zu nehmen. Fairness und Kulanz stehen hier an erster Stelle, auch wenn es immer wieder - verschwindend wenige - Kunden gibt, die zum Schaden aller Sonderrechte beanspruchen wollen.

Ein gutes Verhältnis zu den Kunden zahlt sich vor allem langfristig aus. Wie bereits erwähnt: nichts geht schnell, auch nicht die Steigerung des Umsatzes. Nachhaltiges Wachstum ist wichtiger als schneller Erfolg. Für uns ist es außerdem wichtig, den Kunden, Mitarbeitern und Wettbewerbern gegenüber authentisch und ehrlich zu bleiben. Nur wenn das Unternehmen im Ganzen fair ist, alle gut behandelt und aufrichtig ist, stellt sich auch über kurz oder lang der Erfolg ein.

Letztendlich ist eben auch der Kauf im Online-Shop eine Frage der Sympathie: Gefällt mir das Design? Kommt im Text eine positive Haltung rüber? Sind die Produkte sorgfältig beschrieben? Ist

das alles mit Liebe gemacht? Am Ende sind es ja doch nur die Kunden, die einem sagen können, ob das alles richtig ist. Deshalb muss man hier die direkte Kommunikation suchen und keine Distanzen aufbauen, auch nicht bei steigenden Umsätzen und einem größer werdenden Shop. Das ist immer wieder eine Herausforderung.

Woran arbeiten Sie zur Zeit?

Fertig ist man mit einem Shop ja nie. Zur Zeit sind diverse Verbesserungen in den beiden laufenden Shops in Arbeit - u.a. bei der Suche und im Bestellprozess. Außerdem arbeiten wir an der Eröffnung unseres dritten Shops. Das ist aber noch nicht spruchreif.

Nutzen Sie schon Web 2.0 Möglichkeiten?

Web 2.0 ist für uns nichts Neues. Ein Forum, die Einbindung der Kundenmeinungen über Diskussionen, die gegenseitige Vernetzung und Verlinkung, die Mitsprache und Bewertung beim Sortiment, das haben wir lange vor der Web 2.0-Masche schon genutzt, ursprünglich auf urbia.de. Nach dessen Club-Schließung wurde der Forenbereich auf die eigene Website verlagert. Wir haben dort auch die Blogging Community, wo nicht nur ich selbst über Shopereignisse schreibe, sondern auch Forenteilnehmer mit eigenen oder externen Blogs.



Im Forum von bastelundhobbykiste.de erhalten Kunden die Möglichkeit, Produktbewertungen abzugeben und es gibt jede Menge interessante Informationen und News zum Thema Basteln und Handarbeit.

Wo informieren Sie sich zum Thema Online-Shopping?

Am meisten im Forum oxid.esales, ansonsten mache meine allabendliche „Blogrunde“ auf diversen E-Commerce-Websites. Für sehr wichtig halte ich allerdings auch den persönlichen Austausch mit Shop-Kollegen, z.B. in Wiesbaden auf der MOW oder bei unseren halbjährlichen Oxid User Treffen. Von anderen Shopbetreibern kann man viel lernen, Offenheit zahlt sich hier für alle Seiten aus.

In welchem Shop kaufen Sie persönlich am liebsten ein?

Entgegen meinem Onliner-Dasein weiß ich auch das Einkaufen direkt vor Ort noch hoch zu schätzen! Mangels Zeit wird jedoch immer öfter auch Online-Shopping betrieben, da gibt es aber keinen Lieblingsshop, das kommt aus der Laune heraus und ist stark produktabhängig.

Welche Art von Kunden haben Sie persönlich am liebsten?

Die Frage nach meinen Lieblingskunden! Das sind nämlich nicht, wie man erwarten könnte, die Vielkäufer, sondern jene, die die sorgfältig zusammengesuchten Preziosen des Shops zu würdigen wissen und sich aktiv am Shop beteiligen, etwa mit Produktbewertungen, Fotos von fertiggestellten Handarbeiten und Meinungen im Forum. Mehr davon!

Wenn Sie sich selbst ein Bild von diesem Shop machen möchten, finden Sie ihn hier und im Shopprofil bei [Trusted Shops](#).