

# Lifestyle und Designeruhren - Interview mit timestyles.de

☒ Seit 2005 bietet die Firma timestyles im Internet Uhren an, die den Nerv der jungen und jung gebliebenen Kunden treffen und die in einem modern designten Online-Shop präsentiert werden. Das kommt nicht von ungefähr, denn der Inhaber Karsten Fankhänel ist selbst Designer und somit bestens mit der Materie vertraut.

**Erfahren Sie mehr zu diesem Thema im folgenden Interview.**

## **Was ist das Besondere an Ihrem Shop?**

Die Idee von timestyles ist es, Uhren auf andere Weise in Verbindung mit Lifestyle darzustellen und so für ein junges, oder jung gebliebenes Publikum zugänglich zu machen. Denn es ist immer auch ein Lebensgefühl, das mit den Funktionen und Design einer Damen-, Herren-, oder Sportuhr ausgedrückt wird.

## ☒ **Wie sind Sie zum Shopbetreiber geworden?**

Als Liebhaber von Uhren und stylischen Accessoires sind wir darauf aufmerksam geworden, dass bestimmte Uhrenmarken, wie Nixon, Rip Curl, Freestyle, Vestal, Quiksilver und Roxy einfach nicht online vertreten waren. Das haben wir geändert und ein breites Publikum ist uns dankbar dafür.

## **Was haben Sie beruflich gemacht, bevor Sie Shopbetreiber wurden?**

Ich habe Design studiert.

## **Welche Zahlungssysteme bieten Sie jetzt an?**

Insgesamt stehen unseren Kunden 4 Zahlungssysteme zur Auswahl: Wir bieten die Überweisung (Vorkasse) mit 3% Skonto, eine teils reduzierte Nachnahmezahlung, Kreditkarten-Zahlung und Zahlung per PayPal an. Gern möchten wir demnächst auch die Ratenzahlung hinzunehmen.

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

Neben der Mitgliedschaft bei Trusted Shops, versuchen wir, durch umfangreiche und transparente Kundeninformation von, während und nach dem Kauf, das Vertrauen der Kunden zu erhalten.

## **Gibt es technische Besonderheiten, auf die Sie stolz sind?**

Stolz sind wir auf den von der Digitalzone entwickelten Showroom, der die Produktansicht ergänzt, aufwertet und dem Kunden ein umfassendes Bild von der Uhr gibt.

## **Spielt eBay eine Rolle für Sie?**

eBay nutzen wir primär als Marketingplattform, insbesondere um die Bekanntheit der Marke timestyles.de als Online Uhren Spezialist zu steigern.

## **Haben Sie auch ein klassisches Ladengeschäft?**

Im Gegensatz zu unserem Partnershop, haben wir kein Ladengeschäft. Dennoch denken wir, dass beides sich gut ergänzen kann.



## **Seit wann gibt es Ihren Online-Shop?**

Gestartet sind wir 2005 mit HiCHRONO.de und 2007 haben wir einen Relaunch zu timestyles gemacht.

## **Betreiben Sie den Shop haupt- oder nebenberuflich?**

Timestyles selbst hat 4 Mitarbeiter. Wir sind aber in ein Netzwerk von Spezialisten eingebunden, mit denen wir permanent zusammenarbeiten. Wie schon erwähnt, wurde die Software von Digitalzone entwickelt und betreut. Gleiches betrifft das Marketing. Die Suchmaschinenoptimierung betreut eine Münchner Firma und die Produktfotografien werden von Michael Kretschmar erstellt. Dazu kommen noch einige Freiberufler für verschiedene Bereiche.

## **Planen Sie Neueinstellungen für das Jahr 2008?**

Ja, einmal für die Kollektionsbetreuung und einen Netzwerk-Administrator.

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

Software, Marketing, Adwordsbetreuung und Suchmaschinenoptimierung sind ausgelagert. Regelmäßige Meetings und gute Kommunikation sind für uns der Schlüssel für eine gute Zusammenarbeit.

**Wie bekommen Sie neue Besucher in den Shop?**

In punkto Marketing konzentrieren wir uns schwerpunktmäßig auf Online-Marketing. Eine besondere Rolle spielt ein strategischer Mix an Strategien und Maßnahmen im Bereich SEO, SEM, Affiliate Marketing und Preissuchmaschinen-Marketing.

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

Natürlich gibt es bei unserer Unternehmensstruktur auch Reibungsverluste, die wir zu minimieren versuchen.

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

Nach dem Relaunch zu timestyles.de hat es eine „positive Dynamik“ gegeben, weil unser Shop in Design und Funktion offensichtlich den Nerv der jüngeren Uhrenkäufer trifft.

**Hatten Sie in der Vergangenheit Probleme mit Abmahnungen?**

Ja. Seit dem lassen wir timestyles nicht nur von **Trusted Shops**, sondern auch von der Anwaltskanzlei Rechtsanwälte Zwipf Rosenhagen Partnerschaft - München Dresden betreuen. Dies würde ich auch anderen Shopbetreibern empfehlen.

**Woran arbeiten Sie zur Zeit?**

Momentan versuchen wir, die interne Kommunikation über ein Intraship zu optimieren und die Kollektion noch dynamischer zu präsentieren.

**Nutzen Sie schon Web 2.0 Möglichkeiten?**

Nein.

**In welchem Shop kaufen Sie persönlich am liebsten ein?**

Ich kaufe gern im Taschenkaufhaus.de und bei cyberport ein.

**Wenn Sie sich selbst ein Bild vom Shop machen wollen, finden Sie hier den Link: [www.timestyles.de](http://www.timestyles.de) und das Shopprofil.**