

Fantasy, Lifestyle, Gaming - Interview mit elbenwald.de

✘ Die Elbenwald GmbH ist ein auf Fantasy-Merchandising, Gamerkleidung und Lifestylebedarf spezialisierter Nischenanbieter. Der Shop elbenwald.de wurde als Kombination aus Verkaufsplattform und Interaktionsportal konzipiert und bietet dem Besucher so neben dem Shopingerlebnis auch einen hohen Unterhaltungswert.

Erfahren Sie mehr über diesen Shop im Interview mit Dirk Wiedenhaupt.

Beschreiben Sie kurz Ihren Shop.

Wir machen Wünsche wahr - so lässt sich das Angebot von Elbenwald.de ganz gut kurz und treffend zusammenfassen. Und hinter diesem kurzen Satz verbirgt sich viel! Für Fantasyfans, Filmfreunde und Computerspieler bietet unser Shop mehr als 7000 Produkte - Neuheiten, Bestseller und Raritäten, Geschenke und Sammlerstücke. Das ist eine Auswahl, die uns im deutschsprachigen Raum einmalig macht und mittlerweile auch EU-weit eine große Zahl an Kunden anzieht.

Angefangen bei brandaktuellen Kinothemen wie „Harry Potter“ oder „Twilight“ begleiten wir über unser Sortiment auch Game-Bestseller wie „World of Warcraft“, wir bedienen die große Anhängerschaft der LARPer und Bogenschützen und führen eine große Auswahl an Fantasykleidung und Kostümen. Neben dem großen Sortiment und dem reinen Einkaufserlebnis wird der Kunde bei uns im wahrsten Sinne des Wortes auch gut unterhalten:

Wir bieten täglich frische News zu unseren Top-Themen (es gibt ein eigenes Redaktionsteam), veranstalten regelmäßig Gewinnspiele und Produktaktionen und besitzen eine große Community mit fast 30.000 Mitgliedern. Elbenwald ist also mehr als nur Shopping; eine einzigartige Kombination aus Verkaufsplattform und Interaktionsportal.

Seit wann gibt es Ihren Online-Shop?

Elbenwald.de gibt es seit November 2000. Wir feiern also in diesem Jahr unser 10-jähriges Jubiläum und werden das ganze Jahr über mit zahlreichen Aktionen überraschen! Begonnen haben wir übrigens als reiner „Herr der Ringe“-Shop, zu der Zeit, als die Trilogie ins Kino kommen sollte.

Nach und nach zog es aber auch andere Fans aus der Fantasy in den Elbenwald-Shop, so dass sich mit oder viel mehr durch den Kundenzuwachs auch unsere Themenbreite erweitert hat.

Betreiben Sie den Shop haupt- oder nebenberuflich?

Um Elbenwald.de als Einkaufs- und Informationsplattform attraktiv und aktuell zu präsentieren, betreiben wir den Shop mit einem 23 Mann-starken Arbeiterteam und etlichen Saisonkräften hauptberuflich- und stecken auch in unserer Freizeit sehr viel Herzblut hinein.

Haben Sie auch ein klassisches Ladengeschäft?

Derzeit gibt es noch keinen Elbenwald-Shop außerhalb des Internets. Durchaus denkbar wäre ein Ladengeschäft allerdings. Möglicherweise auch ein Projekt, das wir in gar nicht allzu ferner Zukunft angehen werden.

Welches Shopsystem nutzen Sie?

Derzeit nutzen wir zum Betrieb unseres Shops das XT-Commerce System - als Grundlage. Sehr viele Features und Feinheiten, die einem Shop erst wirklich seinen eigenen Charakter geben, haben unsere Programmierer anpassen müssen. Dazu zählt vor allem die Ergänzung durch ein Newssystem.

Eine Wunschliste, was der Elbenwald Shop zukünftig noch alles können soll, existiert eigentlich immer und daher ist die Shopanpassung auch ein stetes Arbeitsfeld für uns.

Auf welche technischen Besonderheiten Ihres Shops sind Sie besonders stolz?

Es sind unzählige große und kleine Features, die den Elbenwald Shop unverwechselbar machen und auf die wir stolz sind. Das Ergebnis unserer Arbeit als Ganzes. So profitiert der Kunde beispielsweise

zur Weihnachtszeit von der Anzeige der Liefergarantie der Produkte bis zum Fest, er bekommt im Shop einen direkten Einblick auf den momentanen Lagerbestand seines Wunschobjekts, er hat eine große Auswahl an Möglichkeiten der Zahlung - vom klassischen Bankeinzug bis zur Sofortüberweisung.

Uns gefällt, wie sich der Shop optisch präsentiert - in angenehmem, aufgelockertem und individuellem Design. Und wir schätzen die Aktualität unserer Website, durch die es fast stündlich Neues im Shop zu entdecken gibt.



Welche Rolle spielen Online-Marktplätze wie Ebay oder Amazon-Marketplace für Sie?

Amazon-Marketplace bildet eine wertvolle Ergänzung unseres eigenen Shops. Der Branchenriese vereint die unterschiedlichsten Zielgruppen, so dass sich hier auch potentielle Elbenwald-Kunden treffen. Daher sind wir mit ausgewählten Artikeln hier präsent.

Ebay spielt eine weniger große Rolle für uns; wir beobachten diese Plattform mit Interesse, sind aber - weil wir unseren Schwerpunkt auf Produktqualität, nicht auf Preispolitik legen - dort kaum aktiv.

Neben dem reinen Absatzgeschäft bieten Amazon und Co zugleich auch gute Möglichkeiten der Imagewerbung. Daher sind wir auch in weiteren, kleineren Shoppingportalen mit einem Teilsortiment vertreten.

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

Unser Bestes! Elbenwald hat den Ruf, ein seriöser, origineller und schneller Versender zu sein, und das soll zukünftig auch so bleiben. Die Mitgliedschaft bei Trusted Shops, die wir seit vielen Jahren führen, steht für diesen Anspruch und ist unser Qualitätssiegel. Für den Kunden die Garantie, sicher und seriös einkaufen zu können.

Selbstverständlich sind für uns einen optimalen Bestellablauf, eine sichere Zahlungsabwicklung, einen sensiblen Umgang mit Kundendaten zu gewährleisten, und wenn notwendig, eine komplikationslose Warenrückgabe zu realisieren. Neben all den inhaltlichen und technischen Neuerungen, mit denen Online-Shops mehr und mehr versehen werden, sollte man als Shopbetreiber diese Grundansprüche nie vernachlässigen und daher gerade in diesem Bereich für eine ständige Qualitätskontrolle sorgen.

Welche Prozesse Ihres Shops haben Sie an Dienstleister abgegeben?

Seit Bestehen von Elbenwald achten wir darauf, so viel wie möglich inhouse abzuwickeln. Kürzere Wege, viele Synergieeffekte, das Plus an Zeit, unsere räumlichen und personellen Möglichkeiten sprechen dafür. Nur minimal ist die Zahl der Leistungen, die wir auswärts abgeben. Dazu zählt der Inkassoeinzug.

Dieses Arbeitsfeld ist klar begrenzt und lässt sich gut ausgliedern. Wir haben beste Erfahrungen mit der Firma Bürgel Inkasso gemacht. Unterstützung von außerhalb nahmen wir weiterhin beim Design von Elbenwald in Anspruch. Unser 5. Relaunch wurde zur vollsten Zufriedenheit von der Agentur mycstudios umgesetzt.

Welche Marketing-Kanäle setzen Sie zur Neukundengewinnung ein?

Durch das sehr spezielle Angebot unseres Shops nutzen wir dementsprechend auch sehr gezielte und spezielle Kanäle der Kundengewinnung. Wir haben erfahren (müssen), dass man als Nischenanbieter auf Qualität statt auf Quantität seiner Werbe-Aktivitäten zur Neukundengewinnung setzen sollte.

So betreiben wir etliche Partnerprogramme wie TradeDoublor oder Affili.net, um mittels Anzeigenschaltung und Bannerwerbung auf thematisch relevanten Seiten präsent zu sein und neue Kundenkreise zu erschließen. Unsere Reichweite erhöhen wir wie oben erwähnt auch durch Nutzung anderer Marktplätze wie Amazon.

Als jüngsten Marketingkanal nutzen wir auch soziale Netzwerke wie Facebook, Twitter und Myspace mit eigenen Präsentationen. Schließlich setzen wir auch die Möglichkeiten des Suchmaschinenmarketings ein, um von neuen Kunden gut gefunden zu werden. Im Internet, aber auch im Print-, Radio- und TV-Bereich sponsern wir zahlreiche Gewinnspiele vor allem zu aktuellen

Kinofilmen in zielgruppennahen Medien.

Messeteilnahmen stehen ebenso auf dem Plan. Auf einigen wenigen – aber dafür äußerst attraktiven – Events trifft sich unsere Zielgruppe. So werden wir im nächsten Jahr auf der Nürnberger Spielwarenmesse und auch auf der RolePlay Convention dabei sein. Überall dem steht an oberster Stelle jedoch die Attraktivität und Aktualität der Website, ohne die all die genannten Maßnahmen ins Leere laufen würden.

Wie binden Sie Bestandskunden an Ihren Shop?

Auch für Bestandskunden ist unserer Meinung nach eine attraktive und informative Shoppingplattform nach wie vor der beste Garant, um sie auch weiterhin zu halten. Daher legen wir großen Wert auf eine mehrmals täglich aktualisierte Website – das betrifft die Bereiche Inhalte, also News, aber auch neue Produkte.

Mit Verlosungen und Preisaktionen einzelner Artikel oder bei den Versandkosten bieten wir über das ganze Jahr auch immer wieder Anreize, den Shop neu zu entdecken und die Lust am Shopping zu behalten. Dazu zählt auch die regelmäßige Einbindung neuer Shopfeatures, um noch bequemer und einfacher bei uns einkaufen zu können.

Ein einwandfreier Service und eine schnellstmögliche Abwicklung der Aufträge sind selbstverständlich und wichtige Elemente für die Kundenzufriedenheit. Mit einem Newsletter bringen wir uns bei unseren Kunden ebenfalls erfolgreich in Erinnerung. Immer noch bewährt sich auch der Weg des Katalogversands zur Kundenbindung. Unabhängig vom Computer ist ein Katalog ideal, um im wahrsten Sinne des Wortes von Kunde zu Kunde gereicht zu werden und somit auch Neukunden zu generieren.

Ganz wichtig auch der persönliche Draht zum Kunden: So bauen wir unseren Service immer weiter aus, sind jetzt in der Weihnachtszeit zum Beispiel auch am Wochenende telefonisch erreichbar. Wir verbessern die Responsezeit unserer Mail-Anfragen oder setzen im besten Fall auch Produktwünsche unserer Kunden in die Tat um, möglich durch den neuen Produktionszweig in unserem Unternehmen. Am angenehmsten ist es jedoch, Kunden persönlich zu treffen, was bei einem Online-Unternehmen im Normalfall ein schwieriges Unterfangen ist.

Wir haben daher unser Elbenwald Spektakel kreiert – ein mehrtägiges Fantasyfest, das in den vergangenen vier Jahren jeweils mehrere hunderte Besucher, also Kunden, anzog. Hier stellen wir unser Sortiment auf unterhaltsame Weise vor, bieten Einführungen in verschiedene Themenbereiche, so zum Beispiel den Bogensport, und wollen vor allem mit den Kunden direkt ins Gespräch kommen. Abgerundet wird alles durch die Auftritte namhafter Musiker und Autoren der Szene, die dem Fest das gewisse Etwas geben. Man kann sagen, dass wir bei unseren Bestandskunden fast alle verfügbaren Marketingkanäle nutzen, diese zeitlich genau terminieren, um in dezenter Form doch immer präsent zu sein.

Welchen Stellenwert hat das Web 2.0 in Ihrer Marketing-Strategie?

Kunden erwarten, dass man mit der Zeit geht und Elbenwald im Jahr 2010 mehr Features zu bieten hat als in den Anfangsjahren. Die Möglichkeiten des Web 2.0 nutzen wir daher in dem Maße, wie es uns sinnvoll erscheint. Kundenrezensionen in Wort und Bild in den Shop einzubinden sind eine solche sinnvolle Maßnahme und bereits bei uns umgesetzt. Wie schon erwähnt, gehört unserer Meinung nach auch die Teilnahme an Facebook und anderen Netzwerken dazu.

Wir sind dort nicht nur präsent, sondern betreiben speziell zugeschnittenes Marketing für diese Medien. Als transparentes Unternehmen unterhalten wir auch **einen eigenen Firmen-Blog**. All diese Fäden laufen auf elbenwald.de zusammen, unmittelbar auf der Startseite sind die Verlinkungen zu unseren anderen Präsentationen zu finden.

Wann immer möglich, verweisen wir in Publikationen wie News, Mailings, Katalogen, ja selbst bei Servicemails auf diese Adressen. Oder wir rufen unsere Kunden auf – manchmal in Kombination mit einem Wettbewerb – in diesen Medien aktiv zu werden oder über unsere Produkte per Rezension zu urteilen. Wichtig ist uns das enge Zusammenspiel „alter“ und „neuer“ Marketingmittel.

Welche neuen Features haben Sie bereits in Ihrem Shop eingebunden oder planen Sie für die nähere Zukunft einzubinden?

Eine eigene Community besitzt Elbenwald schon seit Anfang an. Unser Forum wird von seinen knapp 30.000 Mitgliedern intensiv genutzt, die sich über unsere Produkte oder über aktuelle Themen aus dem Lifestylebereich auszutauschen – oder einfach ins Gespräch zu kommen und

Gleichgesinnte zu finden. Wir haben bei dieser Zahl an Usern mehrere Moderatoren, die sich um das Forumwohl kümmern.

Wirklich neu werden demnächst Produktvideos sein, die wir in den Shop einführen wollen. Ganz egal, ob von uns erstellt oder von unseren Kunden. Zukünftig wollen wir gerade im Bereich Produktpräsentation verstärkt arbeiten, sind aber noch in der Planung, wie genau dies aussehen könnte.

Hatten Sie in der Vergangenheit bereits Probleme mit Abmahnungen?

Abmahnungen waren und sind für uns glücklicherweise kein Thema, da wir bereits seit Jahren Trusted Shops zertifiziert sind.

Wo informieren Sie sich selbst zum Thema Online-Shopping?

Über Trends und Studien, Softwareentwicklungen und Marketingmöglichkeiten in Sachen Online-Shopping informieren wir uns ständig und vielfältig. Angefangen beim regelmäßigen Besuch relevanter Fachseiten und den Bezug von Newslettern oder auch Zeitungsabonnements, weiter über Nutzung und die Teilnahme an Blogs wie shopbetreiber-blog.de bis hin zum Besuch verschiedener Workshops und Messen, so der Cebit.

Das Thema Online-Shopping ändert sich rasant und gerade in dieser Zeit sehr tiefgreifend. Wer wichtige Entwicklungen verschläft, verliert wertvolle Kunden. Aber: Nicht jeder Trend ist es wert, verfolgt zu werden. Der rote Faden - zu wissen, was zeichnet die Corporate Identity meines Shops aus - sollte nie aus den Augen verloren werden.

Machen Sie sich unter elbenwald.de selbst ein Bild von diesem Shop oder schauen Sie sich das Trusted Shops Shopprofil an.