

Spielwaren abseits des Mainstreams - Interview mit toyone.de

☒ Beim Spielzeugshop toyone hat man sich auf besonders ausgesuchte und hochwertige Spielwaren spezialisiert. Wichtig ist hier neben der hohen Qualität, der zumeist aus deutscher Produktion stammenden Spielzeuge stets auch der Lerneffekt der Produkte. Im Bereich der Kundenbindung setzt toyone auf Twitter und einen eigenen Blog.

Erfahren Sie mehr über diesen Shop im Interview mit Stefan Pfeuffer.

Beschreiben Sie kurz Ihren Shop?

Wir bieten unseren Kunden hochwertige und ausgesuchte Spielwaren, die etwas abseits des Mainstreams sind. Der stationäre Einzelhandel konzentriert sich mehr und mehr auf ein Standard Produktsortiment, da ist es wichtig, den Kunden eine Anlaufstelle für spezielle Produkte zu bieten. Es gibt so viele wunderbare **Spielzeuge**, doch was nützen die einem, wenn man sie nirgends kaufen kann. Hier setzten wir mit unserem Spielzeug Shop an und bieten dem Kunden eben diese ausgefallenen Produkte an.

Seit wann gibt es Ihren Online-Shop?

Die Idee zu unserem Online-Shop kam uns schon im Jahr 2004, doch bis zum Start von ToyOne vergingen dann doch noch 2,5 Jahre an Planung bis wir letztendlich im Herbst 2007 Online gegangen sind.

Betreiben Sie den Shop haupt- oder nebenberuflich?

Wir betreiben unseren Online-Shop hauptberuflich mit derzeit 4 Mitarbeitern, die bei uns sehr flexibel eingesetzt werden. Jeder soll bei uns alles einmal machen, nur so kann ich als Chef feststellen, welcher Mitarbeiter wo am besten aufgehoben ist. Und dieses Vorgehen bietet ebenfalls Vorteile, wenn mal jemand krank ist.

Haben Sie auch ein klassisches Ladengeschäft?

Nein, wir betreiben noch kein eigenes Ladengeschäft. Wir haben uns aber mit diesem Thema bereits auseinander gesetzt und sind für uns derzeit zu dem Entschluss gekommen, dass es in der aktuellen allgemeinen Wirtschaftslage nicht sinnvoll ist, ein Ladengeschäft zu eröffnen. Die Kosten für einen solchen Laden und der Nutzen für unsere Region wären nicht in Relation zu setzen.

Aber in Zukunft ist ein solches Ladengeschäft durchaus geplant und angestrebt. Der Vorteil ist, dass unsere Kunden so auf Wunsch Ihre Ware auch bei uns abholen können.

Welches Shopsystem nutzen Sie?

Wir nutzen als Shopsoftware Oxid Esales Enterprise Edition und sind auch sehr zufrieden mit der Software. Natürlich sind hier und da einige Anpassungen an das Sortiment nötig gewesen. Ich denke, die ideale Software gibt es nicht, wenn man wirklich ernsthaft und dauerhaft einen Shop betreiben möchte, muss man auf einen zuverlässigen Partner setzten, der die Shopsoftware ständig den neuen Gegebenheiten anpasst. Und hier, so denke ich, haben wir in Oxid einen guten Partner gefunden.



Auf welche technischen Besonderheiten Ihres Shops sind Sie besonders stolz?

Eigentlich auf das Design unseres Shops und die Struktur, für die wir vom Kunden immer wieder gelobt werden.

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

Ebay spielt bei uns keine Rolle mehr. Zur Anfangszeit war der Gedanke da, Ware dort anzubieten, doch wenn man so lange im Geschäft ist wie ich - seit 2010 sind es 14 Jahre - dann hat Ebay schon lange seinen Reiz verloren. Amazon nutzen wir, um Kunden zu gewinnen und um Lagerüberhänge loszuwerden.

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

Wir nutzen als Instrumente zur Kundenbindung verschiedene Wege. Unser Blog z.B. ist für alle

Kunden offen zur Diskussion und Kritik. Zudem nutzen wir Twitter, um unseren Kunden schnell und einfach zu informieren über die neusten Produkte, Entwicklungen, aber auch banales.

Das Trusted Shops Gütesiegel trägt auch seinen Teil zur Gewinnung und Erhalt unserer Kunden bei. Das Wichtigste ist aber, denke ich, eine schnelle Lieferung und eine exzellente Kundenbetreuung. Der Kunde will heute nicht 1 Woche warten bis er seine Ware in den Händen hält.

Welche Prozesse Ihres Shops haben Sie an Dienstleister abgegeben?

Wir nutzen für unsere Rechnungszahlung PayMorrow, die Zusammenarbeit mit den Leuten dort klappt echt super und ich bin vollauf mit dem Service dort zufrieden. Zudem sind wir Kunde bei Shoplupe, denn da wir das gesamte Design am Shop selbst machen, ist es wichtig, einen Partner zu haben, der uns auf Fehler und Kleinigkeiten hinweist, die wir übersehen und uns Tipps gibt, wie man die Usability weiter optimieren kann.

Welche Marketing-Kanäle setzen Sie zur Neukundengewinnung ein?

Wir setzen sehr viel auf die klassischen Geschichten wie Adwords und vor allem SEO Optimierung. Preisvergleiche habe ich schon ausprobiert, doch da hat man meist mehr Kosten als Nutzen, besonders wenn man, so wie wir, nicht stets auch der günstigste Anbieter ist.

Wie binden Sie Bestandskunden an Ihren Shop?

Wir haben in unserem Newsletter immer wieder mal verschiedene Aktionen für unsere Stammkunden parat. Diese Aktionen gehen dann nur an die Stammkunden raus, welche gerade das Produkt x als Artikel gekauft haben oder für die die Aktion von Interesse sein könnte. Man muss einfach ideenreich sein und sich immer wieder neu erfinden, um die Kunden auch dauerhaft halten zu können.

Welchen Stellenwert hat das Web2.0 in Ihrer Marketing-Strategie?

Ich denke, dass das Web2.0 überbewertet ist. Kundenstimmen gibt es eigentlich schon immer, nur dass Sie halt zu selten von Shopbetreibern eingesetzt werden. Was wirklich neu ist, ist Twitter und das nutzen wir schon wirklich gut. So kann man die Kunden wirklich schnell über Neuerungen informieren und auch super mit Ihnen in Kontakt bleiben. Wir twittern neue Produkte, neue Blogeinträge und alles, was die Leute so interessiert.

Im Blog hat der Kunde noch zusätzlich die Möglichkeit, uns einen eigenen Beitrag zuzusenden und wir veröffentlichen diesen. Natürlich sind dies alles zusätzliche Marketingmaßnahmen, die man auch umsetzen muss. Ein Blog ohne neuen Inhalt ist eigentlich wertlos und wenn man es wirklich gut machen will, dann braucht man auch dafür Zeit.

Welche neuen Features haben Sie in Ihrem Shop eingebunden?

Wir arbeiten derzeit am Aufbau einer kleinen Community, was aber sehr schwer ist, da viele Leute es heute noch scheuen, sich im Netz mitzuteilen und ich hoffe, dass diese Hemmschwelle bei den Leuten einmal fällt und sich die Leute mehr am Web beteiligen, es kommt ja am Ende allen zu Gute.

Produktvideos haben wir in unseren Shop integriert, auch ein Zoom-Feature ist bei vielen Produkten bereits eingebaut. Hier kann der Kunde in das Bild rein- und rauszoomen. Notwendige Weiterentwicklungen sind dann 3D Darstellungen, mit denen wir dieses Jahr etwas experimentieren wollen.

Hatten Sie in der Vergangenheit bereits Probleme mit Abmahnungen?

Ich denke, dass es nur wenige Shopbetreiber gibt, die noch keinen Leserbrief eines Kollegen auf dem Tisch gehabt haben. Dank Trusted Shops ist es aber so, dass man hier immer wieder die aktuellen Infos bekommt und dadurch schnell reagieren kann, wenn sich wieder einmal etwas ändert.

Welche Tipps haben Sie für andere Shopbetreiber?

☒ Der Shop muss eine Message transportieren können, das ist einer der wichtigsten Punkte, denke ich. Der Kunde muss sich sofort sicher fühlen und wissen, dass er hier richtig ist. Das kann man durch ein gutes Design erreichen und eine gute Struktur des Shops. Man sollte sich nicht zu arg verzetteln in Kleinigkeiten, sondern das große Ganze sehen. Oft ist es besser, einmal zur Seite zu treten, um alles aus einem anderen Blickwinkel zu betrachten.

Es gibt da so einen wunderbaren Spruch: Der Wurm muss dem Fisch schmecken und nicht dem Angler. Nur so kann man Vertrauen beim Besucher aufbauen und ihn als Kunden gewinnen. Danach sollte man sich darüber Gedanken machen, wie man den Kunden auch halten kann und nicht an den

nächsten Shop verliert. Und hier liegt die Kunst dann beim Shopbetreiber, dies umzusetzen. Also als Tipp an Shopbetreiber würde ich das Folgende sagen: Habt Mut zum Ungewöhnlichen! Auch wenn eine Idee noch so abwegig klingt, denkt Sie zu Ende und hört nicht mittendrin auf.

Wo informieren Sie sich selbst zum Thema Online-Shopping?

Ich selbst würde mich als Nerd bezeichnen. Ich lebe quasi im Internet ;-). Infos hole ich mir vor allem aus dem Netz, hier gibt es unzählige Seiten, die Tipps bieten, Hilfestellungen und Möglichkeiten, dass man diese hier nicht wirklich alle aufzählen kann. Zur täglichen Pflichtlektüre gehört für mich der Shopbetreiber-Blog, Shop_lupi bei Twitter und der Usability-Blog.

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