"Authentizität ist von zentraler Bedeutung" – Interview mit alphabetario.de

Erfolgreich in der Nische. Diese Worte beschreiben die Entwicklung des Online-Shops alphabetario.de auf den Punkt. Im Shop verkauft Gründerin Eleni Kämper Geschenkideen aus Alphabet Fotos. Wie Sie auf diese Idee kam und welche Erfolgsfaktoren eine Rolle spielen, erfahren Sie im Interview.

Lesen Sie mehr.

Was ist das Besondere an Ihrem Shop? Was ist die Idee?

Alphabetario ist ein Online-Shop für originelle Geschenke aus Alphabet Fotos. Das sind Fotografien von alltäglichen Dingen, die so fotografiert werden, dass man Buchstaben erkennen kann. Diese Buchstabenbilder können dann zu Worten und „Namen im Rahmen“ zusammengefügt werden und so werden aus Bildern Worte und originelle Geschenke. Über die Homepage alphabetario.de können Kunden sich ganz individuell Worte aus Buchstabenfotos zusammenstellen. Da wird aus einem alten Fensterladen ein L, der Freiheitsstatue ein I, einer alten Holztreppe ein E, einer Brosche ein B und ein E aus einer Gürtelschnalle – fertig ist das Wort LIEBE. Namen und Botschaften werden so zu Kunst und sind individuelle Geschenke zur Hochzeit, Geburt, zum Valentinstag, Muttertag, ABI, Einschulung u.s.w.

Im Online-Shop kann jeder in einem speziell entwickelten Konfigurator seinen Namen im Rahmen oder seine individuelle Botschaft aus einer Datenbank von derzeit knapp 1.800 Alphabet Fotografien gestalten und zu Kunst werden lassen. Das Besondere an dem Konfigurator ist die Darstellung der ausgewählten Worte aus Alphabet Fotos und zugleich des Passepartouts und des Rahmens in Echtzeit. Um den Kunden auf einen Blick mehrere Varianten aufzeigen zu können, kam mir meine Erfahrung auf den Künstlermärkten zugute, denn auch hier hatte ich immer drei Varianten übereinander gelegt und so den Kunden durch Hin- und Herschieben die Wahl der passenden Motive zueinander ermöglicht. Diese Erfahrung war bei der Umsetzung des Konfigurators sehr hilfreich, denn nicht alle Motive eines Wortes, die einem gefallen, passen auch zueinander.

Neben dem Konfigurator, der zugleich das Herz unserer Webseite ist, sind auch die vielen authentischen Menschen (Freunde, Bekannte und Menschen aus unserem Ort) die für unsere emotionalen Fotos im Shop „Pate standen“ besonders wichtig. Hier standen wir auch vor der Entscheidung, Shooting mit Models? Fotolia? Oder selbst gestalten. Ich finde die Menschen passen sehr gut zu uns und unserer Idee von einem authentischen, emotionalen und zugleich minimalistischen und kreativen Design. Ich glaube, dass sich viele Menschen hiervon angesprochen fühlen, denn wir konnten in 2012 bei der Wahl zur Website des Jahres von Digital Medien Design, im Bereich Online-Shop, den 2. Platz erobern.

Mir war wichtig, einen besonderen Online-Shop nach dem „Prinzip Überraschungs-Ei“ zu gestalten. Das Produkt soll in einer Atmosphäre von Spannung, Spaß und Spiel gestaltet und gekauft werden. So entstand die Idee der Gliederung des Online-Shops in verschiedene Stimmungsseiten wie Hochzeit&Liebe, Geburt&Taufe, Geburtstag etc. zur emotionalen Darstellung der Artikel und verschiedenen Schenkanlässe und der eigentlichen „Spielwiese“, dem Konfigurator, wo Kunden sich künstlerisch austoben, spielen und ihre Namen und Botschaften kinderleicht gestalten (und im Anschluss natürlich auch kaufen) können. Die Artikelpräsentationen in vier Spalten mit anschließendem Gang zum Warenkorb und zur Kasse sind zu technisch und würden vermutlich bei einem derartig emotionalen Produkt nicht funktionieren.

Die Mehrzahl der Kunden möchten mit unseren Alphabet Fotos ihre eigene kleine Geschichte erzählen. Fertige Worte und Botschaften machen im Gegensatz zu selbst gestalteten „Namen im Rahmen“ nur einen Bruchteil des Umsatzes aus. Ganz neu ist unsere Rubrik „Wort-Schätze“. Hier

können ab nächster Woche spannende Menschen ihren ganz persönlichen Wort-Schatz gestalten und uns ihre Geschichte hierzu erzählen. Wort-Schätze sind Worte, die eine ganz besondere Rolle im eigenen Leben spielen, die einen schon lange begleiten und die immer wieder etwas positives in einem bewirken oder auslösen.

Welches Shopsystem nutzen Sie?

Ich nutze Oxid für meinen Online-Shop, habe jedoch zusätzlich noch das Kernstück, den Konfigurator, nach eigenen Wünschen und Ideen anfertigen und programmieren lassen.

Im Konfigurator kann man in Echtzeit seinen individuellen „Namen im Rahmen“ aus einer Datenbank mit derzeit fast 1.800 Alphabet Fotografien auswählen und wahlweise noch seine Passepartoutfarbe und seinen Rahmen bestimmen – fertig ist das originelle Geschenk.

Viele „Standardfunktionen“ eines Online-Shops sind bereits mit Oxid abgedeckt, alles weitere lasse ich dann zusätzlich anpassen, was allerdings bei Oxid-Updates leider stellenweise zu Komplikationen führen kann.

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

Da man für den ersten Eindruck immer nur eine Chance hat, ist mir mir für mein Startup wichtig, bereits beim ersten Kontakt mit einem bekannten und renommierten Siegel wie Trusted Shops zu werben. Zusätzlich nutze ich das Trusted Shops Bewertungs-Tool und zeige so anderen (Neu-)Kunden und Interessenten, dass ich fast ausschließlich zufriedene Kunden habe, die Qualität unserer Produkte stimmt und der Service bei alphabetario sehr gut bewertet wird.

Natürlich kann man es nie allen Menschen recht machen, dennoch wird das Thema Kunden-Service bei alphabetario groß geschrieben und so habe ich schon einige vermeintlich unzufrieden Kunden durch meine schnelle Reaktion auf die „schlechte“ Bewertung, oder meine schnelle Klärung der Unzufriedenheit mittels E-Mail und der Unterbreitung eines individuellen Lösungsvorschlags, doch noch zu einem zufriedenen Kunden machen können. Hier kommt mir mein On-the-jo-training in den USA natürlich sehr zugute. Dort habe ich gelernt, wie man aus unzufriedenen Kunden mit kleinen Mitteln zufriedene Kunden machen kann.

Ein weiterer Aspekt, Vertrauen zu schaffen, sind die Kontaktmöglichkeiten. Bei alphabetario gibt es eine direkte Service-Nummer und auch eine Email-Adresse, die mich oder meine qualifizierte Partner aus dem Netzwerk direkt erreicht und auf die wir zeitnah reagieren können. Persönliche Erreichbarkeit und Kommunikation, sowie eine schnelle individuelle Reaktion und der Wille eine Lösung zu finden sind hierbei ausschlaggebend. Mir ist wichtig, keine anonymen Kontaktformulare und Standard Antworten auf Probleme zu bieten. Das nervt mich selber zum Beispiel bei Amazon und ebay und sollte deshalb definitiv anders sein.

Viele Menschen lernen uns auf Künstler- und Weihnachtsmärkten kennen, nehmen sich Zeit mit uns zu reden und mehr über meine Idee und Philosophie und uns als Menschen zu erfahren.

Weitere vertrauensbildende Maßnahmen sind beispielsweise mein eigener Blog, die Fanseite bei Facebook, und für viele Bestandskunden der Newsletter. Jedes Medium, für das ich selber schreibe, erreicht eine andere Teilgruppe, verrät viel über mich, meine Ideen, meine Persönlichkeit und baut Vertrauen durch Authentizität auf.

Gibt es technische Besonderheiten, auf die Sie stolz sind?

Besonders stolz bin ich auf den erwähnten Konfigurator, der eine große Herausforderung war (und bleibt) und zugleich das Herz meines Online-Shops ist. Hier findet die meiste Interaktion statt. Hier

können Kunden und Interessenten aus Bildern Worte und ihren Namen im Rahmen in Echtzeit gestalten. Ich verkaufe in unserer Rubrik „Fix&Fertig“ zwar auch fertige Artikel und beliebte Worte wie DANKE, LIEBE etc. aber die größte Faszination ergibt sich aus der individuellen Gestaltung des eigenen Namens und der persönlichen Botschaften im Konfigurator. Hierbei spielen die übersichtliche Darstellung als auch die Funktionalitäten des Konfigurators wie Selektion nach Stilen, Materialien oder die Anzeige aller Buchstaben etc. eine große Rolle.

Ich habe durchschnittliche Verweildauern auf unseren Seiten von fünf bis zehn Minuten, weil mir wichtig war, eine kreative Funktion mit Spaß- und Spieltrieb zu schaffen und ich glaube das ist ganz gut gelungen.

Allerdings bin ich auch auf viele kleine Details stolz, zum Beispiel die Facebook Sharefunktion im Warenkorb, das Abspeichern und Ändern von konfigurierten Namen und Botschaften im Profil, und die im Backend hinzugefügten Statistikfunktionen und Provisionierungsmodelle, die für mich als Admin sehr wichtig sind.

Welche Rolle spielt Ebay für Sie? Wie wichtig ist eBay?

Momentan spielt ebay noch keine Rolle für alphabetario. Hierfür gibt es verschiedene Gründe.

Handelt es sich bei Alphabet Fotografie um ein in Europa bzw. Deutschland noch weitgehend unbekanntes Thema, nach dem folglich auch kaum jemand bewusst sucht.
Sind unsere Produkte sehr erklärungsbedürftig, d.h. ohne persönliche Ansprache erkennen viele Menschen bei einem flüchtigen Kontakt nicht, welche faszinierende Idee sich hinter den Alphabet Fotografien verbirgt. Sie nehmen erstmal „nur“ schöne Bilder im Rahmen war und erkennen meist nicht, dass es sich um visualisierte Worte und Namen handelt.
Erkennen viele Menschen ohne thematische Einbettung wie beispielsweise in unserem Online-Shop die unzähligen Einsatzmöglichkeiten und Schenkanlässe nicht.
Vielleicht wage ich in Zukunft einen Versuch mit Artikeln aus meiner Rubrik „Fix&Fertig“. Unser Kerngeschäft liegt allerdings in der individuellen Gestaltung des eigenen Namens, so dass unser Online-Shop eventuell durch Plattformen wie ebay, amazon, yatego etc. zu mehr Bekanntheit, aber aufgrund der hohen Streuverluste nicht zwangsläufig zu mehr Verkäufen führen wird.

Betreiben Sie den Shop haupt- oder nebenberuflich? Wie viele Mitarbeiter haben Sie zur Zeit?

Ich betreibe den Online-Shop seit Juli 2011 hauptberuflich. Momentan arbeite ich mit einem Netzwerk von professionellen Partnern zusammen. So sind an dem Projekt derzeit vier Fotografen mit Teams, ein Fotofachlabor mit Mitarbeitern und ein Rahmungsstudio mit mehreren Mitarbeitern – alle aus der Region – beteiligt. Ich bin sehr stolz auf die nachhaltigen Geschenkideen „made in Rhein-Main“ und verzichte bewusst auf „Billigrahmen“ aus Fernost und Fotoabzüge vom Discounter.

Viele Aufgaben kann ich als Unternehmerin mit diesem tollen Netzwerk an Partnern bewältigen. Wir arbeiten kontinuierlich an unseren Prozessen, optimieren Abläufe und kommunizieren regelmäßig, da macht es keinen Sinn, sich selber um die Anfertigung von Rahmen zu kümmern, teure Maschinen und das entsprechende Know-How anzueignen.

Ich denke der Spruch „Schuster, bleib bei deinen Leisten“ trifft hier sehr gut zu. Meine Kernkompetenzen liegen in der Ideenfindung, im Marketing, Vertrieb, der Suche nach neuen Geschäftsmöglichkeiten und Produktideen. Außerdem ist Kundenservice bei alphabetario Chefsache. Kreativität und Ideen brauchen Raum und Zeit, sie binden sehr viel Energie, so dass beispielsweise die tollen Schreiner unseres Rahmungsstudios in ihrer Kernkompetenz und ich in meiner bleibe und wir so ein Maximum an Output bündeln und erreichen können. Das Netzwerk an handverlesenen

Partnern, die meine Philosophie und Qualitätsanspruch leben, schafft mir Freiräume für Kernkompetenzen.

Dank der nachhaltigen Unterstützung meines Mannes Martin Kämper, ehrenamtlicher „Business-Angel“ und einer der Fotografen bei alphabetario, können die unzähligen Aufgaben in der Geschäftsführung, die ein Startup in den ersten Jahren mit sich bringt, auf zwei Schultern verteilt werden. Ohne seine Hilfe wäre ich momentan noch nicht dort, wo ich mittlerweile stehe.

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

Ich habe mir für sehr viele Teilbereiche professionellen Support „geleistet“. Es hat mit einem Coaching begonnen, dass meine vielen Ideen aus meinem Inneren heraufgeholt, sortiert und gebündelt hat. So entstand nach und nach das Logo, die Menüführung, Farbgebung und Struktur des Online-Shops bis hin zum Aufbau des Konfigurators.

Mit den Farbwünschen und Scribbles zu den einzelnen Websites bin ich dann zu einer tollen Werbeagentur gegangen, die daraufhin das Webdesign entworfen hat.

Hiermit bin ich wiederum zu einem Programmierer, der die einzelnen Ideen nach und nach umgesetzt hat (oder zumindest versucht hat, diese umzusetzen). Leider hatte ich mit dem ersten Programmierer kein Glück gehabt, da er sich mehr zugetraut hatte, als er wirklich abliefern konnte. Dies hat viel Nerven, Zeit und Geld gekostet und den Start des Online-Shops um Wochen verzögert.

Als ehemalige Event-Managerin habe ich die Organisation und das Projektmanagement in die eigene Hand genommen und bin bis auf den ersten Programmierer, von dem wir uns mittlerweile getrennt haben, mit allen beteiligten Dienstleistern, den Prozessen, der Kommunikation und dem wertschätzenden Umgang miteinander sehr zufrieden gewesen. Der hohe Selbstanteil am Projekt hat viel Geld gespart aber auch einige Nerven und schlaflose Nächte gekostet.

Wie bekommen Sie neue Besucher in den Shop?

Neue Besucher kommen durch eine authentische Vernetzung zustande. Social Media spielt da eine grosse Rolle. Gepaart mit Pressearbeit, echten Geschichten, die wir zu erzählen haben und analoge Auftritte wie zum Beispiel die Teilnahme an Künstlermärkten, führen kontinuierlich zu mehr Traffic auf unseren Seiten.

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

Es gibt einige Dinge, die nicht den erhofften Erfolg nach sich gezogen haben. Man muss als Startup immer wieder kalkulierte Risiken eingehen und sich selbst ein Bild davon machen, welche Maßnahmen für einen selbst relevant sind und welche Maßnahmen man zukünftig doch lieber sein lässt. So haben wir beisielsweise mit RTL II und der Sendung „Zuhause im Glück“ ein Gewinnspiel im Dezember initiiert, jedoch entsprach der tatsächliche Traffic durch diese Aktion bei weitem nicht der erhofften Reichweite. Wir können zwar nun behaupten „Bekannt aus Funk und Fernsehen“ aber es gibt andere Maßnahmen, die ein Nischenprodukt wie unsere Geschenke aus Alphabet Fotos mehr „pushen“ als ein Crawler im TV.

Auch die Listung einiger Artikel bei Amazon hat nicht den gewünschten Erfolg gebracht. In Deutschland (und Europa) ist Alphabet Fotografie weitgehend unbekannt. Es sucht bei Amazon, Yatego, Dawanda & Co. kaum jemand nach Alphabet Fotos und somit ist es sehr schwer mit einem unbekannten Nischenprodukt in Portale zu gehen und dort gefunden zu werden.

Google Adwords hat kurzfristig die Reichweite erhöht, aber für ein Nischenprodukt ist hier der Streuverlust sehr hoch.

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

Eine kleine Aufforderung bei Limango, einem Shopping-Club, (ver)führte mich dazu, alphabetario dort für den Bereich Deals vorzustellen. Da Limango über genau die Zielgruppe verfügt, die ich mit alphabetario ansprechen möchte, bin ich der Aufforderung nachgekommen und habe mich dort präsentiert. Meine Geschenkideen aus Alphabet Fotos wurden für geeignet empfunden und schon hatte ich eine grafisch und inhaltlich sehr professionelle Präsentation bei Limango mit täglichen Zugriffen und Verkäufen, die um ein Vielfaches höher waren wie sonst. Natürlich hat auch diese Maßnahme ihren Preis, doch die geringen Streuverluste und die gezielte Ansprache unserer Kernzielgruppe haben sich für alphabetario gelohnt.

Warum haben Sie sich für die Trusted Shops Zertifizierung entschieden?

Ich habe mich für die Trusted Shops Zertifizierung entschieden, weil ich als Startup mit relativ hochpreisigen Geschenken, mittels eines bei Usern bekannten und renommierten Symbols und der dazugehörigen Qualitätsprüfung, Vertrauen schaffen möchte. Vertrauen ist für mich die Basis für eine erfolgreiche Geschäftsbeziehung und so entscheidet bei mir persönlich als Käufer z.B. neben der Optik und Funktionalität eines Online-Shops auch immer das verwendete Siegel.

Hatten Sie in der Vergangenheit bereits Probleme mit Abmahnungen?

Ich hatte erfreulicherweise noch keine Probleme mit Abmahnungen. Ich überprüfe meinen Online-Shop regelmäßig auf Aktualität und tue alles nach bestem Wissen und Gewissen, bin wahrscheinlich auch vor Fehlern und Abzocke durch Menschen, die mit solchen Machenschaften ihren Lebensunterhalt verdienen, nicht gefeit. Die regelmässigen rechtlichen Informationen von Trusted Shops helfen mir im Alltag. Als Gemeinschaft können wir uns besser vor Abzocke schützen.

Welche Tipps haben Sie für andere Shopbetreiber?

Auch wenn es abgedroschen klingt. Mein wichtigster Tipp für Shopbetreiber lautet: authentisch sein, sich auf seine Kernkompetenzen konzentrieren, anders sein, „sein Ding“ machen. Es wird immer denen gelingen erfolgreich zu sein, die ihre eigenen Ideen umsetzen, statt andere zu kopieren. Langfristig gewinnt der, der das lebt, was er tut, denn er wird immer den Nachahmern um etliche Ideen voraus sein.

Produkte und Shops werden immer ähnlicher und das einzige Kriterium ist irgendwann nur noch der Preis, doch möchten Onlineshops nur über den Preis definiert werden? Wo sollen die Preisspiralen dann hinführen? Der Billigste gewinnt? Nein der kreativste mit dem besten Angebot und dem nachhaltigsten Kundenservice, den besonderen Produkten und wertschätzendsten Umgang mit seinen Kunden sollte gewinnen.

Mein Tipp: Seid anders, probiert euch aus. Denkt euch genau in eure Zielgruppe hinein, „Lauft in den Schuhen eurer Kunden“ und setzt das um, was ihr auch von einem Shop erwartet. Ich stelle persönlich immer sehr hohe Anforderungen an die Qualität und Einzigartigkeit der Produkte und natürlich an den Kundenservice. Hier denke ich liegt die Zukunft auch für Shopbetreiber. Mich ärgert es, bei amazon oder ebay mit Standard-Emails abgespeist zu werden. Wenn ich Glück habe,

lande ich irgendwann mal bei einem unqualifizierten Mitarbeiter im Call-Center, der meist keine Lösung auf mein Problem bieten kann . Hier denke ich liegen die Stärken der kleineren Shopbetreiber heute, denn keiner wird das Adwords Budget von Zalando & Co. Aufbringen können, doch kann man mit einem einzigartigen Sortiment, einem emotionalen Layout, mit authentischen Geschichten und einem exzellenten Service auch heute noch wachsen und aus dem Meer von Anbietern herausragen.

Meine Recherchen haben ergeben, dass sich im Bereich originelle Geschenke (zu dem ich mich mit alpahbetario auch zähle) zahlreiche Anbieter tummeln, die häufig die gleichen Produkten anbieten. Dies ist wenig inspirierend und wenn die Angebote immer ähnlicher werden ist die Folge, dass die Shops nur noch über den Preis definiert werden. Hier gilt es meiner Meinung nach, Erlebniswelten zu schaffen. Wer kennt das Phänomen „IKEA“ nicht? Die eingerichteten Zimmer eröffnen doch immer wieder neue Perspektiven und Einsatzmöglichkeiten von Artikeln, die man wahrscheinlich sonst nicht wahrgenommen oder gar gekauft hätte.

Welche Social-Media-Kanäle nutzen Sie?

Ich habe einen eigenen Blog, einen Newsletter, ich bin bei Facebook, Twitter, Pinterest und Xing aktiv, jedoch ist Social Media sehr zeitaufwendig und arbeitsintensiv, so dass ich es leider nicht so intensiv betreiben kann, wie ich das gerne würde. Alphabetario hat so viele emotionale Geschichten zu erzählen und es erreichen uns immer wieder tolle Beiträge von Kunden, die veröffentlicht werden sollten, so dass uns hier die Themen und Geschichten, die Menschen wirklich berühren, nicht so bald ausgehen werden.

Wo informieren Sie sich zum Thema Online-Shopping?

Viele Tipps zu neuen kreativen Online-Shops und Online-Shopping bekomme ich über Facebook oder andere soziale Plattformen aber auch in Printmedien wie z.B. Frauenzeitschriften (Magazine). Manchmal stöbere ich auch auf Seiten, die Startups bündeln und vorstellen. Ich unterstütze gerne und regelmäßig GründerInnen einer tollen Idee und werde Kundin.

Nicht zuletzt bietet der Newsletter als auch der Blog von Trusted Shop eine gute Möglichkeit, sich über Online-Shopping zu informieren.