



plentyStories

Das Kundenmagazin von plentymarkets | 01/2015 | www.plentymarkets.com



ALIBABA (2)
Same Day Rendite
Mische/Zielgruppe
SP = Persönlich.
Service
Leo Stammkunde
wettbewerblich
Bauchladen

Verlieren wir unsere
USPs durch die
Rückwärtsentwicklung
der Logistik (30)

Zukunft
e-Com. (22)

Online-Händler
werden mit
Crowdsourcing die
Zukunft gewinnen

» Seite 10

Das war der 8. plentymarkets Online-Händler-Kongress

Mit 40 Fachvorträgen und 60 Messe-
Ausstellern war der letzte Online-
Händler-Kongress ein voller Erfolg.

» Seite 6

plentymarkets auf dem Weg zu einem agilen Unternehmen

Schlagwort Agilität – das dahinter-
stehende Konzept ist auch bei
plentymarkets im Einsatz.

» Seite 8

schenkYOU: Authentizität ist der Schlüssel unseres Erfolgs

Machen Sie es wie schenkYOU –
einfach umsteigen und eigene
Success Story starten!

» Seite 12

Inhalt_Ausgabe 01/2015



Crowdsourcing_> 4



Rückblick OHK 2015_> 6



Mitarbeitervorstellung_> 19

Inside plenty

- 03 Editorial**
- 09 On the Road again**
Regionale Zukunftskonferenzen
- 16 plentymarkets in Zahlen**
Eine Erfolgsgeschichte
- 19 E-Commerce-Veranstaltungen und Messen**
Zur richtigen Zeit am richtigen Ort
- 19 Mitarbeitervorstellung**
Florian Friemel im Interview

E-Commerce live

- 06 Rückblick**
Das war der 8. plentymarkets Online-Händler-Kongress 2015
- 12 Success Story schenkYOU**
Authentizität ist der Schlüssel unseres Erfolgs
- 14 E-Commerce-Helden**
Marktentwicklung und -chancen
- 08 Blick in die Zukunft**
plentymarkets auf dem Weg zu einem agilen Unternehmen
- 09 Kundenumfrage**
Neun von zehn Online-Händlern spüren steigenden Druck

Features

- 04 Service 2.0 bei plentymarkets**
Wünschen Sie sich was!
- 10 Neuausrichtung bei plentymarkets**
Online-Händler werden mit Crowdsourcing die Zukunft gewinnen
- 18 Appsolot Neu**
Die neue plentymarkets-App
- 18 plentymarkets-Wahlbox**
Sie wählen – wir entwickeln!

Impressum

Redaktion & Herausgeber plentymarkets GmbH | Bürgermeister-Brunner-Str. 15 | 34117 Kassel
Redakteure Jan Griesel, Steffen Griesel, Peter Höschl, Eleonore Schelling
Fon Support +49 561. 50 656 100 Fon Vertrieb +49 561. 50 656 300 | info@plentymarkets.com | www.plentymarkets.com
Amtsgericht Kassel HRB 14064 | USt-IdNr. DE250560740 **Editorial Design** www.zentral-kommunikation.de
Fotos istockphoto.com, fotolia.com, f1online.de

Vorwort_>

Erfolgszahlen, Crowdsourcing und mehr Mitbestimmung



Liebe plentymarkets-Kunden,

unsere mehr als 3.500 plentymarkets-Online-Händler haben über unsere Plattform im vergangenen Jahr Waren im Wert von 2,25 Milliarden EUR umgesetzt. Legt man die aktuellen Zahlen des bevth, der den Gesamtumsatz im E-Commerce für 2014 mit 41,9 Milliarden bezifferte, zugrunde, so hat plentymarkets einen Anteil von 5,5 Prozent am deutschen E-Commerce. Dies ist Ihr Erfolg, wofür wir Ihnen unseren höchsten Respekt zollen.

Dieses Ergebnis bestätigt, wie wichtig plentymarkets für unsere Händler als wertvolles und zuverlässiges Werkzeug für den erfolgreichen Aufbau und Betrieb deren Unternehmen ist. Dies ist für uns Ansporn und Verantwortung zugleich.

Um unsere Entwicklung und tägliches Tun noch näher an Ihre Bedürfnisse und Anforderungen ausrichten zu können, haben wir auf unserem 8. plentymarkets Online-Händler-Kongress einige Neuerungen

eingeführt. So gibt es seit einigen Wochen unter anderem eine Wahlbox, mittels der Sie selbst entscheiden, welche Entwicklungen wir als Nächstes umsetzen sollen.

In der Ihnen vorliegenden aktuellen Ausgabe unseres Kundenmagazins erfahren Sie alles Wissenswerte zu unserem Crowdsourcing-Ansatz, dem neuen Service-Konzept und vielen weiteren wertvollen und interessanten Themen für Ihr Online-Geschäft.

Wir wünschen Ihnen viel Freude beim Lesen!

Jan Griesel *Steffen Griesel*
 Jan Griesel CEO Steffen Griesel CHRO

Blog_>

Vereinfachter eBay-Rückgabeprozess in plentymarkets

Als erster ERP-Anbieter auf dem deutschen E-Commerce-Markt haben wir den vereinfachten eBay-Rückgabeprozesses schon jetzt vollständig integriert:

www.plentymarkets.com/blog

Anwendung_>

Mehr gestalterische Freiheit

Unser neuer individueller Bestellvorgang bietet Ihnen mehr und flexiblere Möglichkeiten bei der Bearbeitung und Gestaltung von Bestellschritten.

www.plentymarkets.com/blog

Web_>

Vertrieb über Marktplätze

Die neueste Ausgabe des Online-Händlermagazin shopanbieter to go ist nun verfügbar. Wertvolle Tipps und Handlungsempfehlungen inklusive. Für Sie kostenlos unter:

www.shopanbieter.de/to-go/



[Service 2.0 bei plentymarkets_>](#)

Wünschen Sie sich was!

Der Kundenservice ist jetzt Chefsache, deshalb haben wir unseren Service nicht nur weiterentwickelt, sondern neu definiert. Dabei spielt die kompetente Beratung bei der Einführung und dem täglichen Umgang mit plentymarkets eine große Rolle. Viele Kunden wünschen sich zudem, an der Entwicklung unserer Produkte und Dienstleistungen mitzuwirken.

Diesen Wunsch haben wir gerne aufgegriffen und direkt zum Online-Händler-Kongress in Kassel umgesetzt. So haben wir nicht nur erstmals eine wegweisende Zukunftskonferenz ins Leben gerufen (auf der verschiedene Konzepte erarbeitet wurden, wie sich der Kundenservice verbessern lässt, v. a. im Hinblick auf die teils als sehr lange wahrgenommenen Hotline-Wartezeiten), sondern mit der plentymarkets-Wahlbox auch eine Lösung gefunden, die Weiterentwicklung von plentymarkets künftig noch näher an Ihren Wünschen beziehungsweise Bedürfnissen und Anforderungen an ein leistungsfähiges System, wie das unsere, auszurichten.

Zukunftsfähige Leistungssteigerung steht im Vordergrund

Wir möchten gerne ein kundenorientiertes und faires Zukunftskonzept. Unser Ziel ist es, sowohl den Gratis-Support, als auch die kostenpflichtigen Dienstleistungen zu erweitern, um den Kundenbedürfnissen noch besser gerecht zu werden.

Uns ist sehr wichtig, die Qualität und die Erreichbarkeit laufend zu verbessern. Wir dürfen bei der Steigerung unseres Service- und Supportgrades die wirtschaftliche Komponente jedoch nicht ganz außer Acht lassen. So beliefen sich die Kosten unseres Service- und Support-Teams, das per Ticket und Telefonhotline erreichbar ist, im

vergangenen Jahr 2014 auf 1,287 Millionen EUR. Gleichzeitig wurden kostenpflichtige Support-Services in Höhe von lediglich 388.700 EUR erbracht. Dies entspricht einer Kostendeckung von gerade einmal 30 Prozent.

Das neue Service-Konzept

Die Neuorientierung des Service-Konzepts war uns ein wichtiges Anliegen und damit auch ein wesentliches Thema in der ersten Runde der neu eingeführten Wahlbox. Drei unterschiedliche Ansätze wurden zur Wahl gestellt und das von uns erarbeitete neue Konzept wurde von Ihnen übereinstimmend angenommen.

Ein Eckpunkt dieses Konzepts ist z. B., dass Sie feste Termine sowie die Länge des Termins mit Support-Mitarbeitern buchen und so zu zuvor vereinbarten Zeiten Support erhalten. Für die Umsetzung dieses Konzepts müssen von unserer Seite noch einige technische Voraussetzungen erfüllt werden, damit Sie sich darüber informieren können, welche Kompetenzen jeder Support-Mitarbeiter hat und die Termine buchen können. Das Thema hat natürlich auch für uns intern eine hohe Bedeutung und unterliegt aber gleichzeitig einer hohen Komplexität, weshalb wir eine mittelfristige Umsetzung zum Ende des Sommers anstreben.

Kontakt_>



Erfahren Sie alles über unser neues Service-Konzept:

www.plentymarkets.eu/service/wahlbox/

.....

Sie haben noch Fragen zu unserem neuen Service-Konzept? Kontaktieren Sie uns gerne unter:

geschaeftsleitung@plentymarkets.com



Rückblick_>

Das war der 8. plentymarkets Online-Händler-Kongress 2015

Der plentymarkets Online-Händler-Kongress (OHK) fand am 28. Februar mit 60 Ausstellern und 40 Fachvorträgen zum achten Mal im Kongress Palais Kassel statt. Unser Kongress zählt in der Branche als die E-Commerce-Jahresauftaktveranstaltung. Der enorme Andrang von Online-Händlern und Partnern belegt dies eindrucksvoll: Wir konnten mit 1.600 Besuchern einen neuen Besucherrekord verzeichnen.

„Wie sieht die Zukunft des E-Commerce aus?“

Das war die Kernfrage der zweitägigen Veranstaltung, die, am Vortag des Kongresses, mit der 1. plentymarkets-Zukunftskonferenz begann. Gemeinsam mit über 200 Teilnehmern konnten wir konstruktive Verbesserungsvorschläge herausarbeiten, um unseren Service weiter auszubauen. Den Wunsch nach größerer Teilnahme und direkter Beteiligung unserer Kunden verfolgten wir mit der

„Open-Space-Methode“. Alle Themen wurden von Ihnen selbst bestimmt. Die Fragen und Ergebnisse wurden dann von uns beurteilt und in unsere Planungen aufgenommen. Dabei ist das Ziel, ihre Kundenbedürfnisse bestmöglich zu erfüllen. Insofern ist für uns der nächste, konsequente Schritt die „Open-Space-Zukunftskonferenz“, mit der wir Sie kontinuierlich an der Produktentwicklung beteiligen. Machen Sie bei unserem Open-Space-Konzept mit!

Die neue plentymarkets-Cloud

Flexibler und sicherer ist unser neues Hosting-Konzept. Mit einer verbesserten Cloud-Lösung – zukünftig auf mehrere Server-Standorte in Europa verteilt, um gegen Ausfälle noch besser geschützt zu sein – sehen wir in die E-Commerce-Zukunft. Neben der Ausfallsicherheit steigt auch die Performance, damit Ihre Online-Shops schneller ausgeliefert werden. Dabei hat die einwandfreie Funktionalität und stetige Verfügbarkeit der Cloud höchste Priorität. Ab

Juni können Sie den neuen Service nutzen. Übrigens: Der TÜV hat den kompletten Prozess geprüft und uns am Kongresstag das Zertifikat „Geprüfte Cloud Sicherheit“ übergeben. Wir freuen uns, Ihnen mit diesen Neuerungen mehr Leistung und Sicherheit zu bieten. Kontaktieren Sie uns und testen Sie die neue Cloud!

Ausklang mit Preisverleihung und Party

www.yourdecoshop.com – Gewinner unseres jährlichen Awards für Design und Usability, den wir am Ende des Kongresses verliehen haben, wurde dieses Mal mit YOUR DECO SHOP ein Online-Shop für Wohnaccessoires und Dekoideen. Für ausgelassene Stimmung nach einem spannenden Kongresstag sorgte die Band Fresh Music Live, bekannt als Gruppe aus „The Voice of Germany“: Ein perfekter Abschluss zu einem rundum gelungenen und erlebnisreichen Kongress.

Blick in die Zukunft_>

plentymarkets auf dem Weg zu einem agilen Unternehmen

Das Schlagwort der Agilität ist in der Softwareentwicklung schon seit Jahren ein programmatischer Begriff. Das dahinterstehende Konzept ist auch bei plentymarkets im Einsatz.

Das Ziel agiler Softwareentwicklung ist es, den Softwareentwicklungsprozess flexibler und schlanker zu machen, als das bei den klassischen Vorgehensmodellen der Fall ist. Man möchte sich mehr auf die zu erreichenden Ziele konzentrieren und auf technische und soziale Probleme bei der Softwareentwicklung eingehen. Die agile Softwareentwicklung ist eine Gegenbewegung zu den oft als schwergewichtig und bürokratisch angesehenen traditionellen Softwareentwicklungsprozessen und steht daher einem jungen und dynamischen Unternehmen wie plentymarkets gut.

Die Werte agiler Softwareentwicklung sind im Agilen Manifest (www.agilemanifesto.org/iso/de/) formuliert:

Wir erschließen bessere Wege, Software zu entwickeln, indem wir es selbst tun und an-

deren dabei helfen. Durch diese Tätigkeit haben wir diese Werte zu schätzen gelernt:

- » **Menschen und Interaktionen** mehr als Prozesse und Werkzeuge
- » **Funktionierende Software** mehr als umfassende Dokumentation
- » **Zusammenarbeit mit dem Kunden** mehr als Vertragsverhandlung
- » **Reagieren auf Veränderung** mehr als das Befolgen eines Plans

Im Agilen Manifest werden diese grundlegenden Werte in 12 Prinzipien näher erläutert. Mittlerweile haben die Prinzipien der agilen Softwareentwicklung auch auf die Organisationsentwicklung abgefärbt und das Agile Manifest wurde übertragen (www.teamthink.de/AgileOrganisationsentwicklung.html). Das ist verständlich, denn die dynamischen Veränderungen der Umwelt fordern heute agile Formen der Unternehmensgestaltung. Wir haben daher bei plentymarkets einen Changeprozess gestartet, der die Selbstverantwortung, Selbstbestim-

mung und Selbstorganisation der einzelnen Mitarbeiter und Teams stärken und dadurch eine höhere und schnellere Kundenorientierung ermöglichen wird.

Unsere Mitarbeiter sind gerade dabei, in vielen unterschiedlichen Arbeitsgruppen eine neue Form des Zusammenarbeitens zu entwerfen und alte Managementzöpfe abzuschneiden. Dieser Zukunftsentwurf wird die nötige Agilität mit sich bringen, um weiterhin dicht am Marktgeschehen zu bleiben und auf Veränderungen und neue Herausforderungen rasch zu reagieren.

plentymarkets bietet nicht nur für Online-Händler eine ideale Plattform, um erfolgreich Online-Handel zu treiben, sondern auch für talentierte Mitarbeiter Freiräume für Kreativität und Entfaltung der eigenen Persönlichkeit. Diese Synergie soll in Zukunft weiter intensiv gepflegt und ausgebaut werden. Denn glückliche Kunden und glückliche Mitarbeiter bedingen sich in einem agilen Unternehmen gegenseitig.

Veranstaltung_>

On the Road again: Regionale Zukunftskonferenzen

Die Zukunftskonferenz direkt vor dem diesjährigen Online-Händler-Kongress hat viel in Bewegung gebracht. Rund 200 engagierte plentymarkets-Nutzer diskutierten im Kasseler Kongress Palais über die E-Commerce-Software der Zukunft und gaben damit einen starken Changeimpuls in das Unternehmen.

Als unmittelbares Ergebnis wurde die Wahlbox eingeführt. In der Wahlbox wird seitdem von den Kunden für die verschiedensten Weiterentwicklungswünsche gevotet, so dass die Projekte mit hoher Priorität zeitnah umgesetzt werden. Auch ein neues Service-Konzept wurde in der Wahlbox vorgestellt und von den Kunden per Mehrheitsentscheid für gut befunden. Im Sommer wird dieses Service-Konzept umgesetzt und außerdem eine modulare Produktvariante für plentymarkets vorgestellt. Unser Ziel ist es,

plentymarkets so einfach und transparent wie möglich zu präsentieren. Demnächst wird es möglich sein, plentymarkets per Produktkonfigurator genau auf die eigenen Bedürfnisse abzustimmen und bzgl. Aufträge, Hosting und Vertragslaufzeit etc. zwischen verschiedenen Optionen zu wählen. Wir gehen den Weg der Kundenorientierung konsequent weiter und haben geplant, in der zweiten Jahreshälfte eine Roadshow zu starten. Auf den Regionalkonferenzen werden wir die Neuerungen vorstellen und erläutern.

Außerdem freuen wir uns auf den Dialog und Austausch mit der Community und sind gespannt, welche Impulse und Anregungen wir diesmal bekommen, um plentymarkets an den Bedürfnissen unserer Kunden weiterzuentwickeln.

Wir werden alle Kunden in Kürze über die anstehenden Termine der Regionalkonferenzen informieren und freuen uns auf Ihre Teilnahme, wenn wir in Ihrer Stadt sind!

Kundenumfrage_>

Neun von zehn Online-Händlern spüren steigenden Druck

Im Vorfeld unserer neu ins Leben gerufenen jährlichen Zukunftskonferenz wollten wir von unseren Kunden wissen, wie sie die Zukunft des E-Commerce einschätzen und welche Themen künftig spielbestimmend sein werden.

Dabei schätzen zwei Drittel der Teilnehmer ihre Zukunftsaussichten positiv oder sogar sehr positiv ein. Aber: Beinahe 90 % der Teilnehmer gehen von einem teilweise enormen steigenden Wettbewerbsdruck, insbesondere für kleine Online-Händler, aus. Während der Bitcoin-Währung auch künftig keine große

Relevanz eingeräumt wird, gehen immerhin 80% davon aus, dass sich mittels Mobile Commerce die eigenen Umsätze steigern lassen und sogar 88% möchten dem Thema in den nächsten Monaten entsprechend mehr Beachtung schenken. Hinsichtlich der in der Branche derzeit stark thematisierten Same-Day-Delivery-Option (SDD), gibt es keine eindeutige Tendenz. So glaubt jeder vierte Teilnehmer, dass sich SDD dauerhaft etablieren wird und sich darüber auch die Umsätze steigern lassen. Gleichzeitig ist die Mehrheit jedoch der Meinung, dass eine kostenlose Lieferung für den

Konsumenten wichtiger ist, als eine kurze Lieferzeit. Die Umfrage ergab auch, dass bereits beinahe jeder zweite plentymarkets-Händler seine Produkte schon international verkauft.

Sprechen Sie uns gerne an, wenn Sie mehr Ergebnisse zur Kundenumfrage erfahren möchten, wie z. B. unsere Umfrageteilnehmer die Notwendigkeit der taggleichen Zustellung und den Multichannel-Handel einschätzen oder was sie als wichtige Kriterien für die strategische Ausrichtung eines Online-Shops erachten.





Bei der ersten Zukunftskonferenz diskutierten über 200 engagierte plentymarkets-Nutzer über die E-Commerce-Software der Zukunft und gaben damit einen starken Changeimpuls in das Unternehmen.

» Crowdsourcing

bezeichnet unter anderem das Sammeln von Ideen und Rückmeldungen von außerhalb und wird als Prognoseinstrument für Zukunftseinschätzungen eingesetzt. «



Neuausrichtung bei plentymarkets_>

Online-Händler werden mit Crowdsourcing die Zukunft gewinnen

Im letzten Jahr waren unsere Händler, wie bereits berichtet, so erfolgreich wie nie. Daraus erwächst die Verantwortung und Verpflichtung plentymarkets so weiterzuentwickeln, dass die Online-Händler optimal bei ihren täglichen Geschäftsprozessen unterstützt werden.

Auch deshalb haben wir in unserer ersten Zukunftskonferenz am Vorabend des 8. plentymarkets Online-Händler-Kongresses unsere Leitidee von Crowdsourcing und Crowdfunding vorgestellt. Mit der neuen Leitidee ist gewährleistet, dass plentymarkets auch zukünftig ganz nah an den Nutzerbedürfnissen entwickelt wird, um deren Geschäftserfolg softwaretechnisch weiterhin bestmöglich zu unterstützen, damit Sie sich auf den Verkauf Ihrer Produkte konzentrieren können.

Die über 200 Teilnehmer der plentymarkets-Zukunftskonferenz haben bei dieser Open-Space-Veranstaltung im Kasseler Kongress Palais bereits engagiert mit uns über die E-Commerce-Software der Zukunft diskutiert und uns viele konkrete Änderungs- und Verbesserungswünsche bzgl. Service und Software mit auf den Weg gegeben.

Ihr wertvoller Input aus der Zukunftskonferenz hat uns Ihr großes Interesse an unserer Software und Ihren Wunsch bestätigt, sich auch aktiv bei der Priorisierung und den Entscheidungsprozessen, welche die Weiterentwicklung der Software betreffen, einzubringen.

Sie entscheiden über die Weiterentwicklung von plentymarkets

Ihre Impulse haben wir sehr gerne aufgenommen und diese auch bereits in konkrete Maßnahmen umgesetzt. So wird ein Großteil unserer Entwicklerkapazitäten ganz im Sinne des Crowdsourcing der Community über das Instrument der Wahlbox zur Verfügung gestellt. Dort werden dann jeweils die Funktionen und Features entwickelt, die am höchsten priorisiert werden. Über die ersten Vorschläge in unserer Wahlbox haben bereits

viele Teilnehmer abgestimmt. Mehr Informationen zur Wahlbox und den ersten Abstimmungsergebnissen, finden Sie auf Seite 18 dieses Kundenmagazins.

Für Weiterentwicklungswünsche, die nicht genügend Zustimmung finden, wird es wiederum Crowdfunding-Optionen geben, durch die eine kleinere Gruppe Wunschprojekte in Auftrag geben und finanzieren kann.

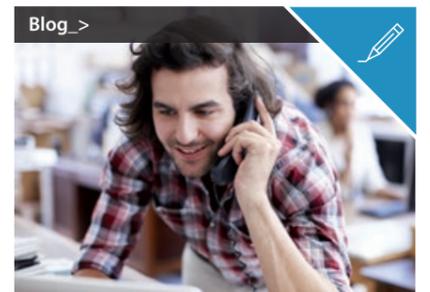
Die jederzeit passende Software für Ihre Anforderungen

Damit einhergehend werden wir Ihnen in Kürze ein gänzlich neues Produktkonzept vorstellen, das ebenfalls die Anregungen der Zukunftskonferenz aufnimmt. Die Grundidee dabei wird sein, plentymarkets in seine elementaren Bausteine und Komponenten zu zerlegen und dem Online-Händler mithilfe eines Configurators die Möglichkeit zu geben, sich seine E-Commerce-Software selbst

zusammen zu stellen und nur die Funktionen zu buchen, die er zum jeweiligen Zeitpunkt auch wirklich benötigt.

Selbstverständlich werden Sie jederzeit weitere Leistungen bei einer minimalen Vertragslaufzeit von nur einem Monat hinzubuchen oder abwählen können. So ist gewährleistet, dass Sie stets eine perfekt auf Ihre Bedürfnisse hin angepasste Lösung im Einsatz haben, welche jederzeit mit Ihrer Geschäftsentwicklung mitwachsen kann.

Wir freuen uns sehr, dass nun die Voraussetzungen geschaffen sind, Ihr Praxiswissen um die Anforderungen an eine moderne und leistungsfähige E-Commerce-Software nun noch stärker in die Weiterentwicklung unseres Systems einfließen lassen zu können.



Blog_>

Weitere Beiträge zu diesem und anderen interessanten Themen finden Sie auch in unserem Blog:

www.plentymarkets.com/blog

Success Story schenkYOU_>

Authentizität ist der Schlüssel unseres Erfolgs

Häufig genug betrachten Händler ihren Online-Shop mehr als Bestellplattform, statt als inspirierendes Schaufenster. Beim Gedanken an die Shop-Optimierung dreht sich dann alles um die Frage, wie es gelingt, die Konversionsrate hochzuschrauben und mehr Besucher zu Kunden zu machen. Das ist nicht falsch, ist jedoch der zweite vor dem ersten Schritt und hat oft zur Folge, dass der Online-Händler ins Straucheln kommt. Viel wichtiger ist es, als Erstes seine Zielgruppe und dessen Bedürfnisse zu kennen. Und basierend auf diesen Erkenntnissen, seinen Online-Shop zur unverwechselbaren Marke zu machen.

Dass dies auch Händlern gelingen kann, die noch nicht zu den ganz Großen der Branche zählen, belegt die kleine Manufaktur für Geschenkkideen und tolle Accessoires, **schenkYOU** eindrucksvoll.

Deren Gründer Melih Kesmen sprach mit uns für unser Kundenmagazin über seine Erfahrungen und Erfolgsrezepte auf dem Weg zur Marke. Bereits beim Interviewgespräch meinte man dessen Liebe zu seinen Produkten, seinen Kunden und zu dem was er tut, spüren zu können.

Authentizität und direkter Kundenkontakt sind wichtig

So entspringt der Online-Shop auch keinem kühlen Businessplan, sondern dient eher dem reinen Selbstzweck, wie Kesmen freimütig einräumt. Da er auch im Privatleben als harmoniestiftend und streitschlichtend gilt, kommt ein Geschenke-Shop für Liebessunikate von Herzen, seinem Naturell sehr entgegen.

Diese Authentizität ist auch eines der Erfolgsgeheimnisse von **schenkYOU**. Das wird auch konsequent gelebt. So legt Kesmen großen

„Ein Projekt hat keine Bedeutung, wenn es nicht den direkten Draht zum Kunden hat!“

» Melih Kesmen



Wert darauf, dass sich alle Mitarbeiter mit den Produkten identifizieren und sich als Dienstleister am Kunden verstehen.

Nicht von ungefähr hat **schenkYOU**, obwohl erst im September 2014 gestartet, nach nur neun Monaten sage und schreibe bereits über 55.000 Follower auf Facebook. Kesmen empfiehlt anderen Online-Händlern für mehr Erfolg in Social Media-Kanälen kreative Inhalte zur Unterhaltung und nicht nur Produktdaten zu teilen. Der Pflege dieser Community wird mit 10 bis 15 Stunden wöchentlich auch sehr viel Zeit eingeräumt und oft genug auch zum Telefonhörer gegriffen. Einerseits als Kundenservice, andererseits bleibt der Shop so auch am Puls seiner Zielgruppe.

Branding muss täglich und in allen Belangen gelebt werden

Diese Fokussierung auf seine Zielgruppe beschreibt Kesmen einerseits als Fundament für den Erfolg von **schenkYOU** und andererseits auch als größte Herausforderung. So kennt er aus seiner beruflichen Vergangenheit in der Werbebranche genügend Unternehmen, die sich mittels Diversifizierung ihrer Sortimente innerhalb weniger Jahre ihr Branding irreparabel beschädigten und die Marke am Ende

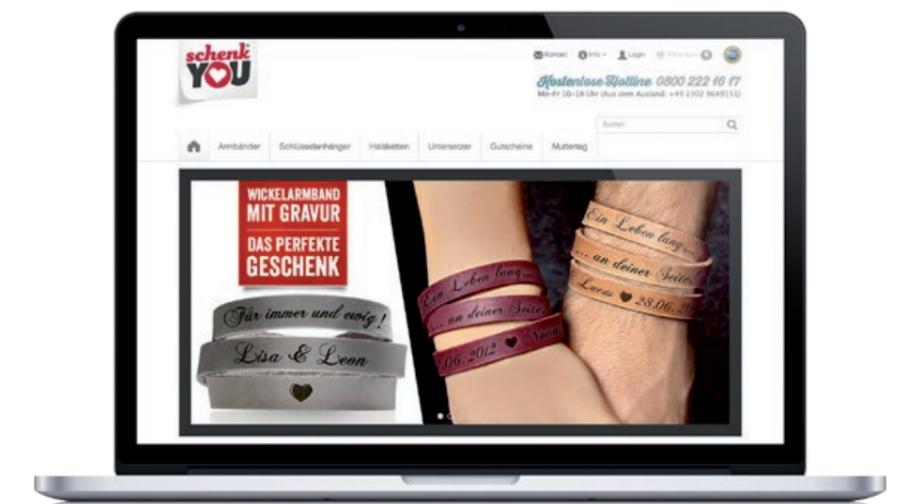
aus Kundensicht für alles und nichts mehr stand. Selbstverständlich möchte und muss auch **schenkYOU**, zumal ja ein noch sehr junges Unternehmen, sein Sortiment ausweiten. Aber stets nur seiner Zielgruppe und seinem Branding Accessoires und Geschenke für Liebepaare entsprechend. Dieses Branding darf jedoch nicht nur aus schicken Bildern oder einer schönen Über uns-Seite bestehen, sondern muss tagtäglich gelebt werden.

Wenn dies gelingt, ist diese Fokussierung wie die Spitze einer umgekehrten Pyramide, auf der sich alles aufbaut. So sollten die Kunden ihren Freunden und Bekannten auch den Online-Shop sowie dessen Produkte und Zielgruppe in nur wenigen Worten beschrei-

ben können, genauso wie man jeden guten Film in nur höchstens drei Sätzen erzählen kann.

Mass Customization mit plentymarkets

Dieser Wunsch stets nach dem Besseren zu suchen, spiegelt sich auch im eingesetzten E-Commerce-System von plentymarkets wider. So ist es **schenkYOU** gelungen, sämtliche Prozess-Schritte bei der Erstellung seiner personalisierten Produkte, von der Bestellannahme über das Hochladen der individuellen Gravurdaten nebst Prüfung durch einen Grafiker und finaler Qualitätskontrolle mit und in plentymarkets zu automatisieren.



E-Commerce-Helden_>

Marktentwicklung und -chancen

Die Experten hierzulande sind sich derzeitig einig, dass sie sich hinsichtlich des künftigen E-Commerce-Wachstums in Deutschland uneinig sind. Ausgangsbasis der Diskussion bilden meist die Erhebungen des bevh und HDE¹.



Zur Person_>

Peter Höschl bewegt sich seit 1997 beruflich im Internethandel, gilt als E-Commerce-Experte und verfügt über große gelebte Praxiserfahrung. Er ist Autor mehrerer Fachbücher, einer Vielzahl von Fachartikeln, Betreiber des E-Commerce-Portals shopanbieter.de und Herausgeber des kostenlosen Praxismagazins "shopanbieter to go" für Online-Händler und E-Commerce-Manager. Gleichzeitig berät und begleitet er Startups, genauso wie mittelständische Unternehmen im E-Commerce.

Diese ermittelten zuletzt für 2014 ein Wachstum von 7% bzw. 17% und gehen beide für 2015 von einem Wachstum in Höhe von 12% aus. Den einen ist dies zu niedrig beziehungsweise das Erhebungsmodell zu ungenau, für die Anderen bereits ein klares Zeichen für eine Abkühlung des Wachstums in der Branche. Ich möchte mich einer Bewertung der Prognosen an dieser Stelle enthalten, sollte sich ein Online-Händler doch sowieso vor allem mit seinem eigenen Zahlenwerk beschäftigen. Interessant an dieser Stelle ist möglicherweise noch der Geschäftsbericht von DHL, der ein für 2014 gestiegenes Paketvolumen um sieben Prozent vermeldete. Diese Steigerung passt wiederum gut zur damaligen Prognose des Bundesverbandes Internationaler Express- und Kurierdienste e.V. (BIEK). Dieser erwartete in seiner KEP-Studie 2014² ein um 5,5% (2013: 9,1 Prozent) höheres B2C-Sendungsvolumen ihrer Partner wie DHL, Hermes oder DPD.

Da wiederum nicht bekannt ist, dass ein neuer Logistik-Gigant in den Markt getreten ist oder unter den genannten und bekannten Logistikern große Umsatzverschiebungen gab, könnten diese 7%, da aus der Praxis, durchaus als wahrscheinliches Umsatzwachstum für den gesamten E-Commerce-Markt in Deutschland angenommen werden. Dies wiederum deckt sich mit den erhobenen bevh-Zahlen für 2014.

Gemeinsam gegen Einen

Nur in einem sind sich alle Experten einig und hier schließt sich der Kreis wieder. Der gefährlichste Gegenspieler ist Amazon. Während andere Top 1000-Shops im Durchschnitt kaum

noch wachsen, zeigt eine Detailauswertung³ der jährlichen EHI Retail Institute-Zahlen, dass Amazon nach wie vor jedes Jahr um mindestens 20% wächst. Branchenkenner schätzen, dass Amazon als Händler und Marktplatz-Betreiber insgesamt bereits 50% Marktanteil am deutschen E-Commerce hält. Diese Quote könnte sich bereits in wenigen Jahren auf 60-70% erhöht haben.

Doch egal, ob es tatsächlich so kommt, der E-Commerce-Markt wird immer umkämpfter. Einerseits steigt die Zahl der Internetnutzer nicht mehr so stark wie früher und zum anderen drängen immer mehr Händler und Hersteller, auch aus dem Ausland, in das Geschäft, um vom E-Commerce zu profitieren. Das höhere Angebot hat steigende Werbekosten und sinkende Preise ergo Margen zur Folge.

Echte Händler und Kaufleute sind wieder gefragt

Handel bedeutete schon immer auch Wandel. Und wer, wenn nicht der Online-Händler, muss sich seit Beginn an auf sich ständig ändernde Rahmenbedingungen einstellen? Seien es rechtliche Änderungen, dauernd wechselnde und steigende Herausforderungen bei der Technik bzw. den eingesetzten Softwares oder eben veränderte Wettbewerbs- und Marktbedingungen.

Voraussetzung, um die kommenden Herausforderungen zu bewältigen, ist jedoch, dass sich Händler wieder auf ihre originären Tugenden besinnen und vor allem ihre Kompetenzen in folgenden Bereichen wieder schärfen müssen:



„Lernen Sie Ihre Kunden und diejenigen, die sie als Kunden haben möchten, besser kennen.“

1. Zielgruppe:

Lernen Sie Ihre Kunden und diejenigen, die sie als Kunden haben möchten, besser kennen. Definieren Sie Ihre Zielgruppe, denn sie sollte auf der Website dementsprechend angesprochen werden. Was bewegt sie, welche Wünsche hat sie? Welche Probleme hat Ihre Zielgruppe und wie können Sie diese lösen? Schließlich sollten Sie genau wissen, mit welchen Produkten und wo Sie Ihre Kunden erreichen.

2. Sortiment:

Sie sollten sich absolute Produktkompetenz aufbauen, für Ihre Produkte brennen und diese Begeisterung nach außen tragen. Achten Sie dabei mehr auf Nischen-Produkte, als auf ein Riesen-Sortiment. Ihr Shop übernimmt sowieso eine wichtige Filterfunktion und nur die besten Produkte zu „Ihrem Thema“ bieten Sie bereits vorausgewählt an. So stellen Sie Ihre Produktkompetenz unter Beweis. Für die Vorselektion sind Ihnen die Besucher ebenso dankbar.

3. Kaufmanns-Tugenden:

Konzentrieren Sie sich auf die kaufmännischen Tugenden. Sie sollten stets im Auge behalten, welche Produkte sich nach Abzug aller Kosten und Retouren lohnen und in welchen Marketingkanälen diese funktionieren. Wenn Sie dies vernachlässigen, ist das reine Geldverschwendung. Dazu gehört die laufende Wettbewerbs- und Marktanalyse, die Sie vor falscher Preisgestaltung schützt. So verlangen Sie weder zu viel, noch zu wenig.

Raus aus dem Hamsterrad namens Tagesgeschäft

Und last, but not least: Kommen Sie aus der operativen Treitmühle heraus, die Sie hemmt und dafür sorgt, dass Sie sich im Kreise dre-

hen. Denn eines der größten Probleme ist doch, dass Sie zwar sehr hart arbeiten, sich jedoch meist ausschließlich im operativen Geschäft bewegen. Es gelingt Ihnen kaum, wenigstens für ein paar Stunden in der Woche den Kopf über Wasser zu halten, um sich Gedanken über Strategie und Zukunftskonzepte zu machen.

Also, nehmen Sie sich wenigstens 2-3 Stunden die Woche Zeit für strategische Themen, deren Umsetzung und Ihr Zahlenwerk, das sollte, besser muss wohl genügen.

1 www.shopbetreiber-blog.de/2015/03/06/umsatz-im-online-handel-2014/
 2 www.biek.de/index.php/pressemitteilung_detailansicht/items/kep-studie-2014-dynamisches-wachstum-haelt-an.html
 3 www.shopanbieter.de/news/archives/8517-e-commerce-stagniert-in-wahrheit-wohl-schon-lange-nur-amazon-gewinnt-nach-wie-vor.html

plentymarkets in Zahlen_>

Eine Erfolgsgeschichte

Was als Auftragsarbeit für einige große eBay-Powerseller begann, entwickelte sich zu einer der größten Erfolgsgeschichten in der deutschsprachigen E-Commerce-Branche. Die Entwicklung von plentymarkets startete 2001 und konzentrierte sich zunächst auf eine umfassende eBay-Anbindung mit Auftragsabwicklung und integriertem Webshop. Damals hieß die Lösung noch plenty-Shop und wurde erst 2007 zum heute bekannten plentymarkets.

In dieser Rubrik werden wir Sie künftig mit informativen Zahlen aus unserem Hause, aber auch zu Ihrem Tagesgeschäft versorgen. Die wichtigsten Kennzahlen zu unserem Unternehmen haben wir Ihnen unten bereits vorgestellt.

Aber wussten Sie eigentlich, dass

- » für Telefon und Computer exakt **9.142,50 Meter Kabel** verlegt wurden?
 - » **16 WLAN-Hotspots** für besten Empfang in jeder Ecke installiert wurden?
 - » die Wegstrecke zum Kaffeeautomaten von vielen als nicht effektiv gewertet wird und wir deshalb **590 Kaffee-Tassen** vorhalten, um jederzeit eine frische Tasse anbieten zu können?
 - » pro Tag unsere beiden Wittenborg 7100 ES Kaffeemaschinen **296 Tassen Kaffee**, Cappuccino, Latte Macchiato, Wiener Melange oder Espresso produzieren?
- All das, um für Sie jederzeit wach zu sein!



Zahlen & Fakten_>

14 Jahre plentymarkets
E-Commerce-ERP



[Appsolut Neu_>](#)

Die neue plentymarkets-App

Mit unserer App erhalten Sie einen sicheren Zugriff auf das plentymarkets-E-Commerce-Backend. Wir sind zwar noch mitten in der Entwicklungsphase, Ihnen stehen aber jetzt schon interessante Auswertungsmöglichkeiten zur Verfügung.

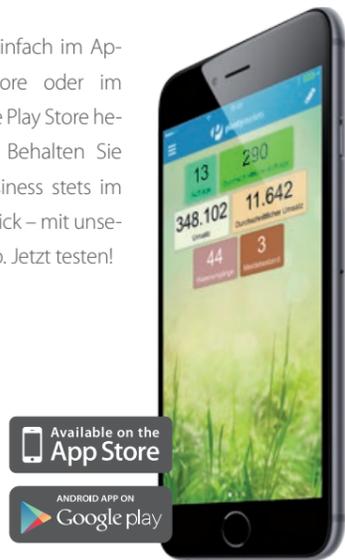
Entscheiden Sie über die einfache Filtermöglichkeit selbst, welche Geschäftszahlen Sie in Ihrer Übersicht sehen möchten: Den Umsatz von heute, dieser Woche oder dem letzten Monat, Aufträge, Neukunden oder Wareneingänge. Sie bestimmen, welche Informationen Ihnen besonders wichtig sind und Sie auf Anhieb auf Ihrem Dashboard im Überblick haben möchten.

Um unsere einfache App nutzen zu können, sollte Ihr System ein gültiges SSL-Zertifikat besitzen. Wir helfen Ihnen gerne weiter, wie Sie ein Zertifikat für Ihre Domain bestellen können. Beim Login muss im Textfeld „Sys-

tem“ die Domain eingetragen werden, über die Sie sich in Ihr Backend einloggen. Wenn Sie sich z. B. über „https://beispielshop.de/plenty/ui/admin.html“ in das Backend einloggen, würden Sie nach diesem Beispiel einfach „beispielshop.de“ eintragen.

Unser vierköpfiges App-Team arbeitet mit Hochdruck und Leidenschaft an dem neuen Release, u. a. an der Integration von Retouren-Prozessen und der Ausarbeitung verschiedener Features. Den Funktionsumfang werden wir mit der Zeit stetig erweitern. Freuen Sie sich also auf die plentymarkets-App und laden Sie sich die erste Version

ganz einfach im Apple Store oder im Google Play Store herunter. Behalten Sie Ihr Business stets im Überblick – mit unserer App. Jetzt testen!



[plentymarkets Wahlbox_>](#)

Sie wählen – wir entwickeln!

Bei mittlerweile mehr als 3.500 Kunden wächst die Herausforderung, möglichst vielen Wünschen und Anliegen unserer Kunden gerecht zu werden. Ab sofort haben Sie die Möglichkeit, in unserem neuen „Wahlbox-Tool“ Ihre Verbesserungsvorschläge an uns zu richten und an den Entwicklungen von plentymarkets mitzuwirken.

Die in die Wahlbox eingetragenen Wünsche werden nach Priorität von Ihnen gewichtet und bewertet. Alle vier Wochen finden die Wahlen statt. Die Idee, die die meisten Zustimmungen erhält, gewinnt. Das gekürzte Projekt wird im Anschluss von uns umgesetzt.

Sehen Sie unter www.plentymarkets.eu/service/wahlbox/ alle bisherigen Ergebnisse, welche Kandidaten abgelehnt und angenommen wurden oder noch in der Wahlrunde aktiv sind. Rund 250 Kunden haben bis jetzt schon abgestimmt, rund 600 Votings wurden bereits abgegeben.

Wir freuen uns auf Ihre Ideen und Ihre Stimmen. Unterstützen Sie Ihre Favoriten und bestimmen Sie die Zukunft und Weiterentwicklung von plentymarkets mit!



© designed by Freepik.com

[E-Commerce-Veranstaltungen und Messen_>](#)

Zur richtigen Zeit am richtigen Ort

Jeden Di. und Do. 16-17 Uhr		Unsere kostenlosen Webinare finden jeden Dienstag und Donnerstag von 16-17 Uhr statt. Die offene Fragerunde steht nicht nur plentymarkets-Kunden, sondern allen Interessenten frei. Melden Sie sich gleich an: www.plentymarkets.eu/service/e-learning/webinare/
16.06.15 Wien 19.06.15 Frankfurt		Auf der Rakuten EXPO 2015 (in Frankfurt oder Wien) geben renommierte Referenten wertvolle Hintergrund-Informationen und Praxis-Tipps. Auch für Networking wird es genug Zeit geben. Für weitere Informationen: www.haendler.rakuten.de/rakuten_expo/
07.-11.06.15 Berlin		Die Webinale in Berlin ist die Veranstaltung für digitale Experten, Trendsetter und Macher im Internet. Anerkannte Experten sprechen über ihre Erfahrungen in über 80 Workshops und Keynotes. Für weitere Informationen: www.webinale.de/2015/
08.-10.06.2015 Barcelona		Der alljährliche „Global E-Commerce Summit“ ist seit nun sieben Jahren ein Treffpunkt für Unternehmen, Führungskräfte und Interessenten aus ganz Europa. Die internationale Konferenz informiert über aktuelle Trends und Entwicklungen im globalen E-Commerce. Für weitere Informationen: www.e-commercesummit.com

[Mitarbeitervorstellung_>](#)

Florian Friemel

Florian Friemel ist App-Entwickler bei plentymarkets. In unserem Interview berichtet er über seine Arbeit und welche App er nie mehr missen möchte.

plentyStories: Was ist Ihr Aufgabengebiet bei plentymarkets?

Florian Friemel: Ich bin Teil eines sehr talentierten Teams, das die neue plentymarkets-App entwickelt hat und weiter entwickelt.

plentyStories: Woran arbeiten Sie gerade, was ist das nächste Ziel?

Florian Friemel: Da unsere App inzwischen auf einem festen Fundament steht, konzentrieren wir uns auf neue Features. Dabei ist das höchste Gebot, unseren Kunden den größtmöglichen Nutzen zu bieten. Zudem gibt uns die Geschäftsführung die großartige Gelegenheit, uns in die Gestaltung der Zukunft des Unternehmens einzubringen.

plentyStories: Welche App möchten sie nie mehr missen oder nutzen Sie am häufigsten?

Florian Friemel: F-Droid, eine Sammlung von freien und quelloffenen Apps.

plentyStories: Was möchten Sie in Ihrem Leben unbedingt einmal gemacht / ausprobiert haben?

Florian Friemel: Eine private Raumfahrt.

plentyStories: Was machen Sie in Ihrer Freizeit am liebsten, was sind Ihre Hobbys?

Florian Friemel: Wenn ich nicht am Rechner sitze, macht mir Klettern und Wandern viel Spaß. Außerdem brate ich leidenschaftlich gerne Steaks.

Zur Person_>

Florian Friemel

Alter: 29
Bei plenty seit: Februar 2014
Position: App-Entwickler

Klarna Checkout

Jetzt auch mit
plentymarkets
verfügbar

 Maximierte Konversionsrate.

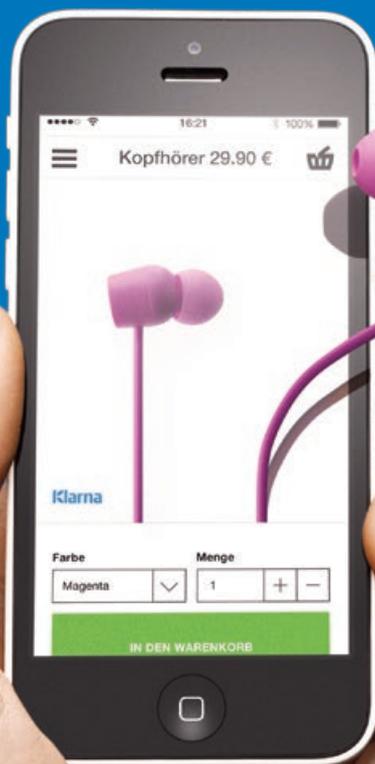
 Nur eine integrierte Checkout-Lösung.

 Kein Risiko – Sie erhalten immer Ihr Geld.

 Optimiert für alle Endgeräte.

Klarna Checkout maximiert Ihre Konversionsrate, beinhaltet die beliebtesten Zahlungsarten und bietet Kunden ein einmaliges Einkaufserlebnis. Sie profitieren zudem von einem minimalen Verwaltungsaufwand. Eine integrierte Zahlungslösung für Sie – ein einfaches Einkaufserlebnis für Ihre Kunden. Klarna Checkout macht den Unterschied.

Erfahren Sie mehr über Klarna Checkout unter: klarna.de/checkout.



Klarna
Simplifying Buying



VISA



Lastschrift

SOFORT
ÜBERWEISUNG

Rechnung

Ratenkauf