Stoffwald

MEDIENMITTEILUNG (Kreativ-/Wirtschaftsmedien)

Datum
2. Oktober 2018

Themenbereich
Start-up / Marktplatz / digitales Geschäftsmodell / Innovation

Betreff

Innovatives Konzept für einen Marktplatz fürs Nähen

Headline

Stoffwald, ein Marktplatz-Konzept, das funktioniert

Vor fünf Monaten ging das Start-up Stoffwald online mit einem innovativen Konzept für einen Marktplatz fürs Nähen. Nach fünf Monaten im operativen Betrieb zieht die Gründerin, Esther Pfister, Bilanz: Das Konzept eines gemeinsamen Marktplatzes von unabhängigen Händlern findet bei Endkundinnen und Händlern grossen Anklang und die Zusammenarbeit mit dem integrierten e-Commerce Fulfillment Dienstleister *Stofflagerhaus* bietet Synergien, die sowohl von Händlern als auch Endkunden genutzt und geschätzt werden.

Was ist denn so innovativ am Stoffwald-Marktplatz?

Bei Stoffwald machen wir drei Dinge anders als andere Marktplätze:

1. Erstens ist die Plattform ganz klar aufs Nähen ausgerichtet. Der Stoffwald ist vom Design über die Strukturierung des Shops bis zur Darstellung von Pflegesymbolen bei Stoffen genau auf das komplexe Sortiment der Nähbranche zugeschnitten.
2. Zweitens arbeiten wir mit einem integrierten Dienstleister zusammen, der online Bestellungen abwickeln kann: dem Stofflagerhaus (eine Schwester-Brand des Stoffwald). Somit können wir nicht nur einen Marktplatz anbieten, sondern die komplette Abwicklung des online Shops – und dies auch für kleine Händler, die besonders froh sind um professionelle Strukturen.

3. Drittens stiften wir Wert, der über den einzelnen Händler hinausgeht: Wenn z.B. eine Kundin im Stoffwald bei mehreren Händlern bestellt, die mit dem Stofflagerhaus versenden, so können wir diese Sendungen in ein Paket zusammenfassen. Die Endkundin zahlt so nur einmal Porto und die Händler teilen sich die Portokosten proportional zum Warenwert auf. Somit kann ein Händler für den Bruchteil der Kosten ein Paket an seine Kundin schicken, etwas was nicht möglich wäre für einen Händler, der allein arbeitet.

Dies sind Beispiele dafür, dass der Stoffwald eben mehr ist als einfach ein Marktplatz. Und dass dies sowohl Endkundinnen als auch Händler verstehen.

Wie reagieren die Kundinnen auf das Marktplatz-Konzept?

Das Feedback, das ich von Kundinnen erhalte ist durchwegs positiv. Einige mussten sich vom alten Shop ihres Händlers erst noch an den Stoffwald gewöhnen, haben sich aber sehr rasch umgewöhnt und schätzen nun die Stoffwald-Plattform. Besonders geschätzt wird der gut strukturierte Shop, die grosse, Händler-übergreifende Auswahl und der schnelle Versand mit dem Stofflagerhaus.

Und funktioniert das Marktplatz-Konzept?

Ja, nach fünf Monaten operativem Betrieb kann ich sagen, dass das Marktplatz-Konzept funktioniert und tatsächlich Wert stiftet: Und zwar für Endkundinnen *und* Händler. Bei mehr als jeder dritten Bestellung wird Händler-übergreifend bestellt. Und die Händler, die mit dem Stofflagerhaus zusammenarbeiten, zahlen im Schnitt nur rund 80% der Portokosten pro Paket, weil sie das Porto oft mit einem anderen Händler teilen können. In einer Branche, in der die Portokosten z.T. über 10% vom durchschnittlichen Warenkorb ausmachen, bleiben so für den Händler rund 2% mehr übrig, die direkt auf den Reingewinn durchschlagen! Und wenn noch mehr Händler mit dem Stofflagerhaus zusammenarbeiten, werden die Synergien noch grösser werden!

Wie profitieren die Händler?

Die Händler realisieren sehr schnell, was für sie die Vorteile sind im Stoffwald. Ich bin überrascht, dass sogar schon Händler von sich aus auf mich zugekommen sind, noch bevor ich überhaupt angefangen habe, Marketing zu machen!

Ich habe auch einige Händler im Stoffwald, die vorher noch gar nicht am Markt waren, die sozusagen mit dem Stoffwald erst begonnen haben, an Endkundinnen zu verkaufen. Doch auch sie sind mit dem Stoffwald bereits zu ersten online Verkäufen gekommen. Und dies ohne, dass sie selbst einen online Shop einrichten mussten und ohne eigenes Marketing (was aber natürlich nichts schaden würde), sondern nur mit dem minimalen Aufwand, die Artikel einzustellen. Das muss man sich mal vorstellen: Wer sonst von Null einen online Shop

aufbauen möchte, der steht vor Projektkosten in Höhe von mehreren zehntausend Franken und mehreren Monaten Projektarbeit! Der Stoffwald stellt den Händlern einen fertig konfigurierten und auf diese Branche optimierten Online Shop zur Verfügung und ein Händler kann so in wenigen Tagen online sein.

Wie hat sich die Plattform entwickelt in den ersten 5 Monaten?

Wir sind im Mai gestartet und wie immer bei IT-Projekten gab es einige Kinderkrankheiten. Aus diesem Grund haben wir bewusst am Anfang noch kein Endkundinnen-Marketing gemacht. Nach dem Auskurieren der Kinderkrankheiten konnten wir in den Sommerferien mit der ersten Marketing-Kampagne starten und so viele neue Kundinnen auf uns aufmerksam machen. Die Besucher- und Umsatzzahlen folgen der Saisonalität des Geschäfts, zeigen aber deutlich nach oben!

Auch technisch haben wir die Plattform weiterentwickelt: so wurde z.B. Twint als modernes Zahlungsmittel integriert, Bestandspflege mit Dezimalbeständen eingeführt, die Darstellung von Pflegesymbolen bei Stoffen eingeführt, die Filter noch besser ans Sortiment angepasst, die Darstellung der Händler-Seite optimiert für eine bessere Präsentation der Händler und diese Woche haben wir noch einen Filter integriert, der es erlaubt, gezielt nach Artikeln zu filtern, die vom Stofflagerhaus versendet werden.

Ausserdem habe ich praktisch jede Woche einen neuen Händler integriert. Darauf bin ich fast am meisten stolz, dass sie mir so zahlreich ihr Vertrauen schenken!

Wie geht es weiter?

Anfangs Oktober sind wir mit einem tollen und ebenfalls innovativen Stand-Konzept an der Creativa Zürich: Unser Stand wird ein begehbarer Stoffwald sein: an mehreren Bäumen präsentieren Händler ihre Produkte. Doch werden wir keine Ware direkt vor Ort verkaufen, sondern sie können durch das Scannen eines QR-Codes direkt online bestellt werden. So erübrigt sich das Rumtragen von Stoffen an der Messe – und die Händler müssen keine vorgeschnittenen Stoffpakete vorbereiten, sondern können nach erfolgter Bestellung nur das Zuschneiden, was auch wirklich verkauft worden ist. Selbstverständlich gibt's am Messestand Rabatt, ein Besuch lohnt sich also!

Nach der Creativa eröffnen wir in Zürich einen Showroom (mit Büro), wo wir ein innovatives Store-Konzept für Stoffhändler testen und vorstellen wollen. Wir sind derzeit mitten im Umbau! Ich freue mich sehr auf dieses Lokal in einer aussergewöhnlichen Liegenschaft und bin gespannt, wie unser zukunftsgerichtetes Store-Konzept bei Endkundinnen und Händlern ankommt und ob es auch kommerziell ein Erfolg wird!

Esther Pfister, Gründerin und CEO Stoffwald

[Rund 6'500 Zeichen, 950 Wörter]

Innovatives Konzept für einen Marktplatz fürs Nähen

Über Stoffwald

Stoffwald ist ein Brand der FemCap AG. Wir von FemCap setzen uns ein für die wirtschaftliche Emanzipation von Frauen. Deshalb entwickeln wir Geschäftsmodelle, die es Frauen ermöglichen, wirtschaftlich erfolgreich zu sein. In einer zunehmend digitalen Welt bedeutet dies, dass die Geschäftsmodelle skalierbar sein müssen und dass Assets aufgebaut werden, die auch in einer digital transformierten Welt Bestand haben.

Mit solchen Geschäftsmodellen können Unternehmerinnen zukunftsfähig erfolgreich sein und Einfluss nehmen: Frauen sollen die zukünftigen wirtschaftlichen und digitalen Spielregeln aktiv mitgestalten, und so eine weiblichere Welt Wirklichkeit werden lassen.

Aktuell betreibt die FemCap AG folgende Geschäftsmodelle:

- **Stoffwald:** ein Online Marktplatz für alles rund ums Nähen www.stoffwald.ch
- **Stofflagerhaus:** ein e-Commerce Fulfillment Dienstleister für Stoffhändler www.stofflagerhaus.ch
- **Stoff-Troll:** «Stoffe für jedes Wetter», ein Online-Handel mit Stoffen & Nähzubehör www.stoffwald.ch/stoff-troll/

Kontakt

Pressematerial: www.stoffwald.ch/presse (Fotos von der Creativa sind ab Freitagmittag verfügbar)

Kontakt: Esther Pfister, CEO & Inhaberin
esther@stoffwald.ch, +41 78 637 69 78

Website: www.stoffwald.ch

Facebook: www.facebook.com/stoffwald