



OPERATION ADVENTSKALENDER – WARUM ERWACHSENE BEI GESCHENKIDEE.CH KINDER BLEIBEN DÜRFEN

URSPRÜNGLICH SOLLTEN SIE UNGEDULDIGEN KINDERN DIE WARTEZEIT BIS WEIHNACHTEN VERSÜSSEN. DOCH HEUTE BEINHALTEN ADVENTSKALENDER VIEL MEHR ALS SCHOKOLADE. UND SIE LIEGEN VOR ALLEM BEI ERWACHSENEN IM TREND. SO KREIERT DER ONLINE-HÄNDLER GESCHENKIDEE.CH JEDES JAHR ÜBERRASCHUNGEN FÜR ANSPRUCHSVOLLE GENIESSER. DER ERFOLG IST SO GROSS, DASS ER DIESES JAHR FÜR DIE LAGERUNG UND DEN VERSAND MIT PAPYRUS SCHWEIZ ZUSAMMENSPANNT.

«Oteltingen-Industrie» steht auf dem Verkehrsschild. Und wer mit offenen Augen durchs Quartier fährt, begegnet dem «Who's who» der Schweizer Versandhandel- und Logistikszene. Jelmoli, Heine, Globus, Dipl. Ing. Fust AG und viele andere haben sich hier angesiedelt. Diskret unter den Traditionshäusern finden sich auch Vertreter der digitalen Generation – zum Beispiel: geschenkidee.ch.

2002 gegründet, gehört geschenkidee.ch seit 2008 zur Ringier AG. Was mit klassischen Gadgets begonnen hat, ist zur regelrechten Inspirationsplattform rund ums Schenken herangewachsen.

Spätestens seit Maud Hoffmann die Geschicke des e-Commerce-Unternehmens lenkt, also seit fünf Jahren, hat sich dieser zum Schweizer Geschenk-Online-Shop Nummer eins gemausert.

POPCORNMASCHINE, FLASCHEN, GOLDROSEN

Mit zügigem Schritt führt CEO Maud Hoffmann durch die weitläufigen Lagerräume. Da fallen beispielsweise Popcornmaschinen auf, die sich stapeln. «Mit diesen Geräten sind Popcorn im Nu zubereitet, ohne Öl. Und sie kommen flott daher, im Retro-Style – ein sehr beliebtes Geschenk», erklärt Hoffmann. Auch das Gestell mit den Trink-

flaschen, Chilly's Bottles, sticht hervor. Kein Wunder zählen diese ebenfalls zu den Bestsellern. Genauso wie die goldenen Rosen. «Das sind echte, vergoldete Rosen. Ein Klassiker seit den Anfängen von geschenkidee.ch, speziell hoch im Kurs am Valentinstag», meint Hoffmann.

Ob in Oteltingen, Oslo oder Ouagadougou: In allen Kulturen spielen Geschenke hochemotionale Rollen. Sie sind mit Ritualen verbunden und wirken wie Balsam auf Beziehungen – seit Menschengedenken. Umso mehr interessiert es uns, welche Trends sich beim Schenken in unserer digitalisierten Gesellschaft abzeichnen.

«Wir stellen fest, dass man mit personalisierten Gaben besonders punkten kann. Denn wir sehnen uns nach Unikaten, nach etwas, das jemand exklusiv für uns gestaltet hat», meint Hoffmann.

PERSONALISIERUNG IST «IN»

Tatsächlich erfreut sich die personalisierte Toblerone einer solchen Popularität, dass sich ein Mitarbeitender an einer «Individualisierungsstation» ganz dieser Aufgabe widmet. Von Trinkflaschen über Liebesschlösser und Schlüsselanhänger bis zu den goldenen Rosen: Es gibt kaum etwas, das die Crew von geschenkidee.ch nicht per Personalisierung aufwerten könnte.



«Wir geben Menschen, die andere beschenken wollen, wertvolle Impulse. Im Zentrum steht die kompetente Hilfeleistung, nicht der schnelle Verkauf», bringt Hoffmann ihre Philosophie auf den Punkt: «Wir führen kein Massensortiment, sondern beschränken uns auf selektierte, aussergewöhnliche «Perlen.» Die Auswahl an traditionellen Mitbringseln wie Champagner und Wein ist entsprechend beschränkt. Die Geschenkidee konkurriert nicht mit Weinhändlern, sondern schafft Mehrwert, indem sie «Bundles» schnürt – sprich: harmonische, zielgruppenspezifische Geschenkkörbe und Boxen zusammenstellt. «Solche Sachen zählen zu unserer Kernkompetenz», meint Hoffmann.

Als Produktscouts fungieren die Category Manager. Sie gehen mit den Lieferanten auf Tuchfühlung, besuchen Messen und grasen Social-Media-Kanäle nach Neuheiten ab – immer auf der Suche nach überraschenden Geschenkideen. Definitiv ins Regal schafft es ein Muster erst, wenn es eine Reihe von Tests bestanden hat. So sind schon spannende Partnerschaften mit Start-ups entstanden. «Ich benutze zum Beispiel selbst eine spezielle Flasche von Equa. Diese ist nicht nur schick. Vielmehr leuchtet sie auf, sobald ich wieder einen Schluck Wasser trinken sollte», verrät Hoffmann und schmunzelt: «Das hilft mir im stressigen Alltag.»

Egal, welches Produkt am Schluss bestellt wird, es verlässt Otelfingen kompakt verpackt. Und dafür, dass die passenden Kartons in ausreichender Menge an Lager sind, sorgt Papyrus Schweiz. Der Beschaffungs- und Verpackungsspezialist hat bereits die Versandmaschinen, die Luftkissen als Füllmaterial produziert, organisiert. Die Feuerprobe für die Zusammenarbeit kommt nun beim Adventsgeschäft.

PARTNERSCHAFT MIT PYPYRUS SCHWEIZ

«Der Versand der Adventskalender hat bei uns eine Dimension erreicht, die wir nicht mehr selbst abwickeln können. Es mangelt uns an Platz und Kapazitäten. Darum suchten wir einen Partner, der für uns den gesamten Versand der Adventskalender abwickelt», erzählt Hoffmann: «Mit Papyrus machten wir bisher positive Erfahrungen. Wir pflegen eine Vertrauensbeziehung. Und da auch das Preis-Leistungs-Verhältnis stimmt, ist unsere Entscheidung auf Papyrus gefallen.» Längst hat Papyrus Schweiz immense Mengen an Kalendern in seinem Logistikzentrum kommissioniert und die Bestellungen verschickt.

VOM VEGANER- BIS ZUM HUNDE-KALENDER

Wer bei den Adventskalendern an Schokolade, Barbie und Lego für Kinder denkt, liegt damit nicht voll daneben – trifft aber auch nicht ins Schwarze: Der Grossteil der Kalender ist auf Erwachsene ausgerichtet. Der Kreativität sind kaum Grenzen gesetzt. Die Bandbreite reicht vom Reise-, Wein-, Gewürz- und Veganer-Kalen-

der über den Erotikkalender bis zum Modell für Hunde. «Diese Vielfalt stellt einen Rekord dar», betont Hoffmann: «Wir konfektionieren darum auch unsere eigenen Kalender. Sehr begehrt ist beispielsweise unser Männer-Adventskalender.» Wie das Weihnachtsgeschäft im Zeitalter von Corona verläuft, lässt sich bestenfalls erahnen. «Wir rechnen mit einer deutlichen Zunahme gegenüber dem Vorjahr», sagt Hoffmann. Denn geschenkidée.ch verspürte, wie die ganze Online-Handelsbranche, einen Zustrom von Neukunden, als der Bundesrat Mitte März 2020 den Lockdown verhängte. In der Folge vervielfachte sich der Umsatz. Und zugleich spiegelte er das gesellschaftliche Leben. Zuerst zeigten die Zahlen, dass Leute IT-Artikel bestellten und aufs Home-Office umsattelten. Dann schnellten plötzlich die Verkäufe von Sportartikeln wie Springseile hoch. Schliesslich waren Deko- und Grillartikel für zuhause gefragt. «Wir müssen nur schauen, was über die virtuelle Ladentheke geht – und wir wissen, was in der Welt läuft», konstatiert Hoffmann.

KOSTENBLOCK: SUCHMASCHINENOPTIMIERUNG

So beeindruckend die Infrastruktur in Otelfingen ist: Laufkundschaft verirrt sich hier nicht. Das einzige Gesicht zur Öffentlichkeit ist virtuell – die Website von geschenkidee.ch. Wie gelingt es, Interessentinnen und Interessenten aufs Portal zu locken? «Das A und O für uns ist die Suchmaschinenoptimierung, kurz SEO.

Dabei geht es etwa darum, Texte so zu formulieren, dass sie von Suchmaschinen positiv bewertet werden,» erläutert Hoffmann. Regelmässig fliesst zudem Geld an die Internetgiganten Google und Facebook, um die Platzierung zu verbessern. Darüber hinaus beherrsche das Marketing die ganze Klaviatur an Massnahmen: Newsletters, Customer Relationship Management, Social Media. «Bei Facebook und Instagram können wir Menschen zielgerichtet ansprechen. Über diese Kanäle gewinnen wir zunehmend Kundinnen und Kunden.»

B2B – EIN WACHSTUMSMARKT

Bedeutet dies, dass Print bei geschenkidee.ch keine Bedeutung mehr hat? In dieser Absolutheit mag Maud Hoffmann das nicht unterschreiben. So führt auch der Online-Shop teilweise Kampagnen in klassischen Medien durch und sendet Print-Mailings aus. Letzteres ist laut

Hoffmann vor allem bei Geschäftskunden, im B2B-Bereich, noch oft gerne gesehen. Dabei stellt der Markt ein Wachstumssegment dar.

Immer mehr Grosskonzerne, aber auch KMU, wünschen für Kunden und Mitarbeitende mehr als Kugelschreiber und Regenschirme mit dem Firmenlogo. Hoffmann: «Für solche Unternehmen entwickeln wir spezifische Produkte und kümmern uns vom ersten Brainstorming bis zum Versand um jedes Detail.» Gut, dass geschenkidee.ch auch dabei auf die Unterstützung von Papyrus Schweiz zählen kann. Im Tandem haben die Partner schon manche ebenso kreative wie nachhaltige massgeschneiderte Geschenkverpackung ertüfelt.

Im Gegensatz zu den Gründungsjahren erfolgt heute die Mehrheit der Zugriffe auf geschenkidee.ch, über 60 Prozent, von Smartphones aus. Die Krux ist nur: Die Abschlussrate liegt noch unter jener der Desktop-Zugriffe. «Wir feilen deshalb an der mobilen Benutzerfreundlichkeit», sagt Hoffmann. Jedenfalls ist der Name bei geschenkidee.ch Programm: Die Hallen in Otelfingen-Industrie verlässt wohl niemand ohne eine Fülle von Ideen. Das Beste daran aber ist, dass man sich die ganze «Ideenexplosion» bequem zuhause vom Sofa aus auslösen kann. Ein paar Klicks genügen.



E-COMMERCE- UND GESCHENKEXPERTIN

Maud Hoffmann ist seit August 2015 Geschäftsführerin von geschenkidee.ch. Zuvor hat sie melectronics.ch, den Online-Shop für Consumer Electronics der Migros, auf- und ausgebaut. Maud Hoffmann studierte Betriebswirtschaft an der LMU München und an der Goethe-Universität Frankfurt a. Main – Schwerpunkt E-Commerce und Marketing.

GESCHENKIDEEEN ZU WEIHNACHTEN VON *geschenkidee.ch*



Für Geniesser

GOURMET GESCHENKSET DRESSING

Verwandle deine Salate in leckere Köstlichkeiten mit diesem Gourmet Geschenkset Dressing von La Chinata. Die hochwertigen Dressings sorgen für ein einzigartiges Geschmackserlebnis und kommen in einer eleganten, schwarzen Box.

OPREMO EGG-PLIT

Das innovative Egg-Plit ist ein eierförmiges Set, welches sich in sechs verschiedene Arten von Teller aufteilen lässt. Es ermöglicht dir, einfach und schnell deine Mahlzeiten zu arrangieren und sorgt gleichzeitig für einen übersichtlichen Esstisch.

*Für die beste
Freundin?*



*Für die Liebe
des Lebens*



DIE BUCKET LIST FÜR PAARE

250 DINGE, DIE MAN ZUSAMMEN
ERLEBT HABEN MUSS

Spaghetti essen wie Susi und Strolch, nachts ans Meer fahren und gemeinsam die Sterne betrachten, deinen Schatz bei einer Safari vor wilden Tieren beschützen – ob frisch verliebt oder seit Jahrzehnten ein Paar, mit dieser Bucket List für Paare wird dein Leben nicht nur aufregender, du lernst deinen Liebling auch noch einmal von einer ganz neuen Seite kennen.