

# Fallstudie: bastelundhobbykiste.de

Von wegen Handarbeit! Die umsatzeffektiven  
Produktvideos von Treepodia in Martinas  
Bastel- und Hobbykiste sind vollautomatisiert.

## Das Unternehmen:

- Online seit 2000
- 10.000 Artikel rund um Stricken, Häkeln und Sticken
- Verschiedene Auszeichnungen u.a. für Usability, Service und Newsletter

## Das Projekt:

Implementierung der Smart Videoplattform von Treepodia im November 2010.

## Das Ergebnis:

Kunden, die ein Produktvideo ansehen, konvertieren mehr als doppelt so gut, wie Kunden, die sich keine Videos anschauen.

## Hintergrund zu bastelundhobbykiste.de:

In der deutschen E-Commerce-Szene gilt die Inhaberin der <http://www.bastelundhobbykiste.de>, Martina Schimbach, als heimliche Heldin. Ihren Shop hat sie weitgehend in Eigenregie realisiert und seither immer weiter ausgebaut.

Extras wie die "Aktion Portofrei", eine kostenlose Bestellhotline und das monatliche Gewinnspiel heben die Spezialversenderin von der Konkurrenz ab. Verschiedene Auszeichnungen, u.a. das Internet-Service-Siegel Gold und der Shop-Usability Award 2008, sprechen eine deutliche Sprache zu Kunden- und Serviceorientierung. Der professionell gestaltete Newsletter kam beim Newsletter-Preis 2008 neben Branchengrößen wie IKEA und Tchibo sogar unter die Top 20.

Doch auch über den Newsletter hinaus nutzt Martina Schimbach vielfältige Kommunikationskanäle im Internet: An den Online-Shop sind ein Handarbeitsforum mit über 1700 Mitgliedern und ihr kreativer Blog gekoppelt. Die Facebookseite "gefällt" aktuell rund 650 Nutzern und auf Twitter warten 2000 potenzielle Kunden auf Neuheiten und Schnäppchen, die Martina Schimbach im Stundentakt veröffentlicht.



Nutzen Sie Treepodia-Produktvideos  
auf Ihren Produktdetailseiten!

[germany@treepodia.com](mailto:germany@treepodia.com) [www.treepodia.de](http://www.treepodia.de) [bastelundhobbykiste.de](http://bastelundhobbykiste.de)



## Die Anforderungen

Trotz Ihrer Offenheit für Web 2.0 Innovationen gehört Martina Schimbach laut eigener Aussage nicht zu denen, die jeden Trend mitmachen müssen, insbesondere wenn er mit hohem finanziellen Aufwand verbunden ist. Produktvideos standen daher für sie zunächst nicht zur Debatte, wobei ihr deren zunehmende Bedeutung für den E-Commerce natürlich nicht verborgen blieb:

“Ich hatte verschiedene überzeugende Erfahrungsberichte und Untersuchungen darüber gelesen, wie Produktvideos das Einkaufserlebnis der Kunden und damit Conversion Rates und Loyalität verbessern können. Also begann ich mich näher mit dem Thema zu befassen.”

Die clevere Komplettlösung von Treepodia mit ihrem hervorragenden Preis-Leistungsverhältnis und geringen technischen Aufwand kam Martina Schimbach Ende 2010 schließlich wie gerufen.

## Die Lösung

### Treepodia-Videos

Treepodia stellt für die Smart-Videoplattform keine fixen Monatsbeiträge in Rechnung. Der Kunde bezahlt lediglich per abgerufenem Video, was das Risiko gerade für kleine und mittelgroße Shops wie Martinas Bastel- und Hobbykiste minimiert.

Videoproduktion und Implementierung sind schnell und unkompliziert: Der Kunde stellt Treepodia zunächst ein Datenfeed seiner Produktdatenbank mit Marketinginformationen, Links zu Produktfotos, Texten und Kundenbewertungen zur Verfügung und fügt dem Quelltext seiner Produktseite einen einfachen Code zur späteren Einbettung der Videos hinzu.

Das System erledigt den Rest. Die rund 10.000 Artikel in der Bastel- und Hobbykiste wurden in wenigen Stunden mit Produktvideos ausgestattet, die sich nahtlos in den Internetshop einfügen.

Als Zusatzleistung umfasst das Treepodia-Paket auch ein A/B-Testmodul, das laufend die verschiedenen Videoverversionen eines Produktes vergleicht und gegeneinander testet, um das jeweils umsatzstärkste Video zur Darstellung auswählen zu können. Das optimiert wiederum die Effizienz und die Conversion Rate.

Das System erledigt den Rest. Die rund 10.000 Artikel in der Bastel- und Hobbykiste wurden in wenigen Stunden mit Produktvideos ausgestattet, die sich nahtlos in den Internetshop einfügen.

## Das Ergebnis

Sofort nach Inbetriebnahme der Treepodia-Smart-Video-Technologie zeigen sich bereits messbare Erfolge: Die Dezemberstatistik der Bastel- und Hobbykiste verzeichnete für Kunden, die Videos anschauten, eine mehr als doppelt so hohe Conversion Rate als Kunden der Referenzgruppe, die keine Videos abrufen konnten.

Für Tal Rubencyk, Geschäftsführer bei Treepodia, nicht überraschend: “Ähnlich erfreuliche Ergebnisse beobachten wir weltweit bei all unseren Kunden und durch alle Branchen. Mehr noch, wir konnten im Feldversuch beweisen, dass unsere automatisch generierten Videos auf gleichem Level höhere Conversion Rates erzielen wie aufwändig produzierte Videos mit Models und Filmteam.”

