

Fallstudie

Wie eine deutsche Boutique-Besitzerin zu einer Top-Großhändlerin auf Faire wurde

F A I R E

åneschd

Lisa Sochiera | Gründerin und kreativer Geist
Sitz in Deutschland

Das Team von åneschd konnte mit der intuitiven Plattform von Faire den Umsatz in neuen Märkten für ihre einzigartigen Wohneinrichtungen und Geschenke deutlich schneller steigern als erwartet.



„Wir hatten viele Bestellungen aus Amerika, und wir waren sehr glücklich darüber ... Uns gefällt Faire bis jetzt sehr gut.“

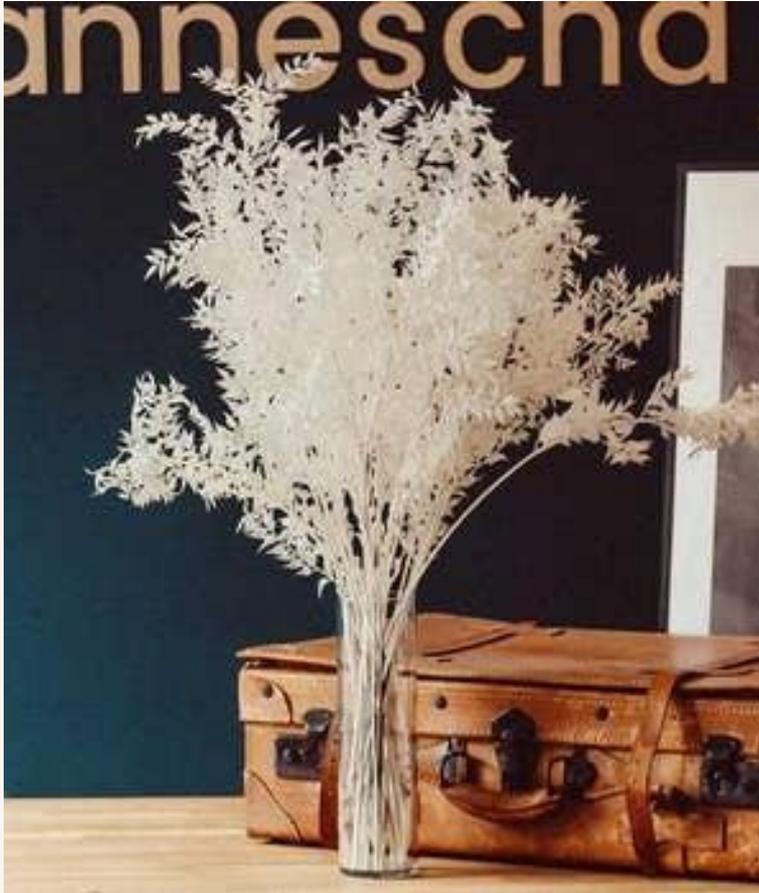
Die Marke für Wohnungseinrichtungen, [anneschd](#), ist ein Familienunternehmen aus Lorsch, das Ideen und Visionen mit viel Leidenschaft sowie der Erfahrung und dem Tatendrang von zwei Generationen in die Praxis umsetzt. Das Team von [anneschd](#) entwickelt nachhaltige, spezielle und regional verbundene Produkte mit Liebe, darunter eine breite Palette handgefertigter Bestseller von getrockneten Blumen über Seifen bis hin zu Gewürzen.

Lisa Sochiera gründete [anneschd](#) 2017 als Kleinserienherstellerin, die mit Familie und Freunden zusammenarbeitete. Lisas Boutique-Geschäft wuchs stetig, aber sie hatte nicht vor, in absehbarer Zeit den Umsatz auf der ganzen Welt zu steigern. Im November 2021 beschloss sie dann, zu Faire zu kommen, und sah schnell, wie ihr Geschäft in neuen Märkten wie den Vereinigten Staaten und Kanada wuchs. Wir hatten kürzlich die Gelegenheit, mit Lisa darüber zu sprechen, wie sie zu einer Top-Marke auf dem Faire-Marktplatz wurde und gleichzeitig den Umsatz mit bestehenden und potenziellen Kunden mit Faire Direct steigerte.

„Alles ist so transparent und mit Faire ist es viel einfacher für uns, alles zu handhaben.“

Lisa und ihr Team hatten erst kurz bevor sie zu Faire kamen im Großhandel zu verkaufen begonnen, und die meisten ihrer Kunden befanden sich in Deutschland, der Schweiz, Österreich und Holland, „aber nirgendwo sonst“, so Lisa, weil „die Versandkosten für uns zu hoch gewesen wären“. Sie waren angenehm überrascht, als sie sofort, nachdem sie zu Faire gekommen sind, mit der Annahme von Bestellungen aus dem außereuropäischen Ausland beginnen konnten. „Wir hatten viele Bestellungen aus Amerika, und wir waren sehr glücklich darüber, weil natürlich der Traum einer kleinen deutschen Marke darin besteht, irgendwie den großen Teich zu überqueren und in den USA zu verkaufen“, sagte Lisa und fügte hinzu: „Uns gefällt Faire bis jetzt sehr gut.“

Lisa sagte, Faire würde viele der Vorteile eines größeren Betriebs bieten, wenngleich sie immer noch ein kleineres Unternehmen führt. Sie schätzt die Leichtigkeit des Versands, die Transparenz der Plattform und die „sehr intuitive“ Benutzeroberfläche von Faire. „Wir können mehr sehen, wir haben mehr Statistiken, und wir können mehr tun“, sagte sie und fügte hinzu: „Alles ist so transparent und mit Faire ist es viel einfacher für uns, alles zu handhaben.“ Sie findet es besonders einfach, ihre Shop-Seite zu aktualisieren und hat mehrere Änderungen auf der Grundlage von Tipps von Faire vorgenommen.



Der Beitritt zu Faire hat es auch einfacher gemacht, mit Kunden zu kommunizieren und Anreize anzubieten, was für ein kleines Unternehmen normalerweise schwierig sein könnte. Zum Beispiel konnten Lisa und ihr Team neue Umsätze mit einer E-Mail-Kampagne für bestehende Kunden generieren, wobei ein Rabatt auf Erstkäufe über den Faire-Direct-Link angeboten wurde. Wenngleich Faire Direct jetzt etwa 20 Prozent ihres Online-Großhandels ausmacht, sagte Lisa, dass der Faire-Marktplatz den größten Erfolg verzeichnete, was sie zum Teil den schönen Fotos auf ihrer Shop-Seite zuschreibt. „Für Faire mussten wir zunächst nicht viel tun, und wir haben eine Menge Umsatz erzielt, weil wir unsere Marke, unser Image und Erscheinungsbild und unseren Text haben. Natürlich war das alles Arbeit, aber die hatten wir bereits“, erklärte Lisa. „Sie haben es eingebettet und es hat sofort sehr gut funktioniert“, fügte sie hinzu.

Lisa sagte, sie hoffe immer noch, Messen zu besuchen, aber die enormen Kosten für Reisen, die Buchung von Unterkünften, den Aufbau eines Stands und die Auszeit machen es schwierig, dies mehrmals im Jahr zu tun. Wie Lisa erklärte, würde sie sich „eher auf Faire konzentrieren, als auf mehrere Messen zu gehen“.

F A I R E

Die Zukunft ist lokal.