



TITELSTORY
DIGITALISIERUNGS-/DESIGNBERATUNG

SchuhFEEtischistin pimpt traditionelles Handwerk

Kunden aus ganz Deutschland pilgern zu Orthopädie-Schuhmachermeisterin Anastasia Anastasiadou nach Steinau an der Straße. Qualität und Herzblut der Gründerin treffen bei Footopia auf ein extravagantes digitales Marketingkonzept. Beratungen über das RKW Hessen haben dabei wichtige Impulse gesetzt.



Anastasia Anastasiadou (Mitte) und Team

www.footopia.de



Ein bärtiger Rocker in Lederkluft bestimmt Homepage, Social Media-Posts und Plakate. Und auch durch Laden und Werkstatt von Footopia in der Brüder-Grimm-Straße 7 weht der rockige Wind. Wo immer es sich anbietet, bricht die quirlige Orthopädie-Schuhmachermeisterin mit dem Mainstream ihres oft eher bieder daher kommenden Handwerks. Sie nennt sich selbst die „SchuhFEEtischistin“. Und zur Anprobe geht es in ihre „Folterkammer“. Klar werden Kundinnen und Kunden geduzt. Wortwitz und Hardrock-Image bestimmen konsequent das Marketing und sorgen auf Social Media-Kanälen für reichlich Resonanz. Von ihrer Gründung im Jahr 2019 bis heute wurde die Schuhmachermeisterin mit vier vom Land Hessen und der EU geförderten Beratungen über das RKW Hessen unterstützt. Armin Domesle, Teamleiter Beratung Kelsterbach beim RKW Hessen, hat sie betreut. Dabei immer zuverlässig im Einsatz: Online Marketing-Experte Georg Sislak aus Gelnhausen.

Neben der konzeptionellen Darstellung der Bild- und Textwelten für den Markenauftritt ging es in einer Designberatung zunächst auch um die richtige Designsprache entsprechend der sehr ausgefallenen Ausrichtung der Unternehmung. Die Gründerin hat sich, nach ausführlicher Beratung rund um das Thema „Konzeption des zielgruppenorientierten Kommunikationsdesigns“, den späteren Schriftzug mit den ineinander hakenden Buchstaben O inzwischen auch auf den Arm tätowieren lassen. „Der Markenauftritt von Footopia ist ein Beispiel größter Authentizität“, sagt Georg Sislak. In einer weiteren Beratung wurden die konzeptionellen Weichen für einen Webshop gestellt: Inzwischen gibt es Shirts und Taschen mit dem Logo und Schriftzug „SchuhFEEtischistin“ und

„SchuhFEEtischist“ im Verkauf. Das Angebot soll ausgeweitet werden. Zuletzt haben Berater und Klientin Konzepte für analoge und digitale Kommunikation und Werbeformate entwickelt. Regelmäßig bespielt die SchuhFeetischistin nun Social Media-Kanäle.

Footopia ist ein exzellentes Beispiel dafür, wie sich Handwerk mit digitalem Marketing und E-Commerce in die Zukunft führen lässt.

Armin Domesle, Teamleiter Beratung Kelsterbach, RKW Hessen

Längst explodiert bei Footopia die Auftragslage. Gemeinsam mit einem Auszubildenden und Praktikanten fertigt Anastasia Anastasiadou Einlagen nach Maß und Therapieschuhe, bietet Kompressionsversorgungen sowie Knie- und Fußbandagen für Menschen mit medizinischen Indikationen an. Es gibt Einlagen „to go“. Kundinnen/Kunden können sie individuell angepasst sofort mitnehmen. Auch Sportler kommen, die mit abgestimmten Sportschuhen ihre Leistung optimieren wollen. Schuhreparaturen und Maßanfertigungen gehören zum Angebot. Der Claim „Orthopädie und Lifestyle“ verspricht auch Mode: „Ich habe Kunden, die Bock auf individuell gepimpte Schuhe haben und die passende Handtasche und den Gürtel dazu suchen. Alles, was mit Leder zu tun hat, übernehme ich“, erklärt Anastasia Anastasiadou. „Sind Reparaturen fertig, erhalten die Schuhe ein Schleifchen. Dazu packen wir Gummibärchen. Die geliebten Teile warten auf unserem Schuhparkplatz auf ihre glücklichen Besitzer. Wir benachrichtigen sie gerne mit einem Hashtag auf Instagram“, sagt sie. Das führt zum gewünschten Schneeballeffekt im Social Media-Marketing.

Das Konzept kommt an. Im Sommer beginnt die Tochter von Anastasia Anastasiadou die Ausbildung im Betrieb. Footopia wächst. Anhänger der wahren Fetischszene haben sich übrigens noch nicht zu Footopia verlaufen. „Wir haben auch keine entsprechenden Angebote“, erklärt die Chefin lachend. Für die Beratung über das RKW Hessen ist die Gründerin dankbar: „Ich hatte tausend Ideen im Kopf. In erfolgreiche Konzepte überführt hat sie der Berater Georg Sislak“. ■zg



5 Tipps für einen erfolgreichen Start in den Online-Handel

1 Konzept

Starten Sie mit einer klassischen Konkurrenzanalyse und halten Sie fest, wie Sie sich gegenüber der Konkurrenz aufstellen wollen. Ist Ihr Produkt neu- oder einzigartig? Ist Ihr Produkt besonders günstig oder besonders hochwertig?

2 Technologie

Vergewissern Sie sich bei der Auswahl eines Shopsystems, ob es zu Ihren Prozessen passt und schulen Sie Ihr Team ausgiebig in der Anwendung.

3 Shopping-Erlebnis

Achten Sie auf eine klare und übersichtliche Nutzerführung sowie auf eine angemessene Präsentation Ihrer Produkte. Stellen Sie sicher, dass Ihr Shop auch auf mobilen Endgeräten reibungslos läuft.

4 Marketing

Beschäftigen Sie sich mit den Themen SEO (Search Engine Optimization) und SEA (Search Engine Advertising), Social Media und Display-Ads. Finden Sie den optimalen Marketing-Mix, damit Ihr Online-Shop gefunden wird.

5 Validierung

Überprüfen Sie regelmäßig Ihre Überlegungen, Prozesse und Tools aus den Punkten 1-4. So erkennen Sie kritische Entwicklungen frühzeitig und können entsprechend darauf reagieren. Verschaffen Sie sich einen Wettbewerbsvorteil – bleiben Sie agil!

■ zg



IHR ANSPRECHPARTNER

Armin Domesle

Telefon: 0 61 07 / 9 65 93-43

E-Mail: a.domesle@rkw-hessen.de