










# Mit 137 Jahren wieder ein Start-Up | Die Transformation von Braun Büffel

Artur Wagner

| 12 DIY E-Commerce Tag | Köln, 10.09.2024

## — BRAUN BÜFFEL AUF EINEN BLICK

-  Ledermanufaktur in Deutschland
-  Qualitativ hochwertige Lederwaren für Damen und Herren
-  500 POS in Deutschland und Europa
-  Familienunternehmen in vierter Generation, 1887 gegründet
-  Produktion "Made in Germany" - Kirn und Offenbach
-  Lebenslanger Reparaturservice
-  Eigene Markenshops in Kirn, Wertheim, Landquart und Zürich (CH)

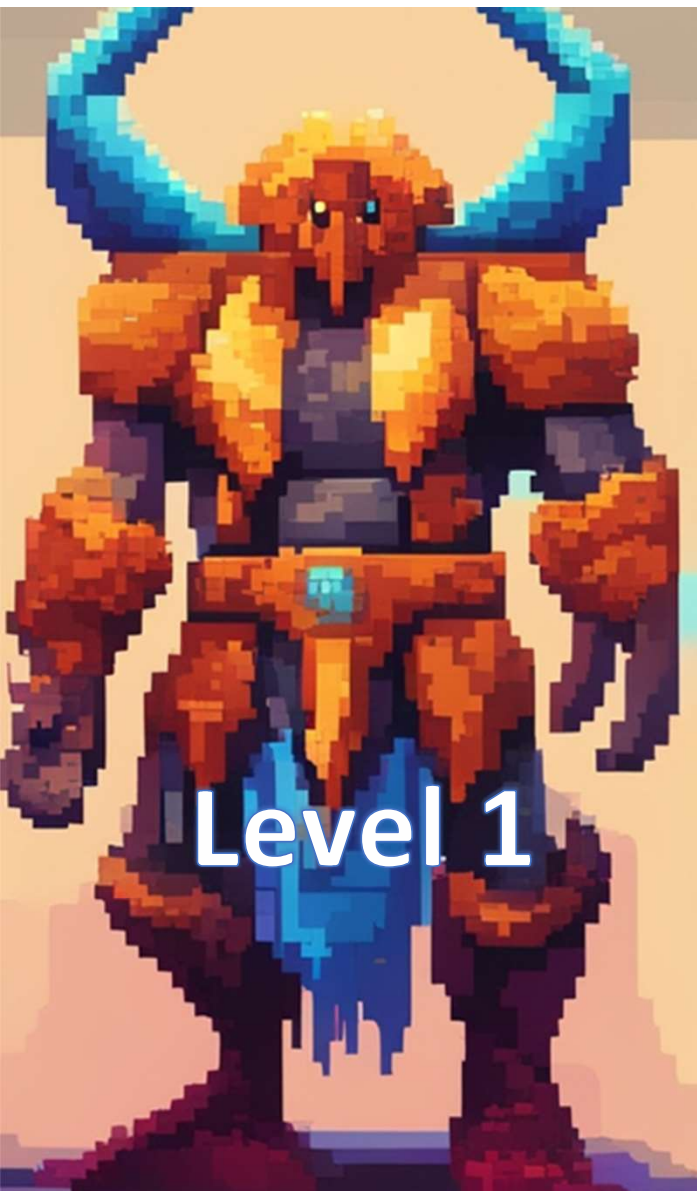
„ BRAUN BÜFFEL steht für handgefertigte und nachhaltig produzierte Lederwaren, Tradition und Zeitgeist, Eleganz und Wertigkeit sowie Innovation und zeitgemäßes Design im Lederhandwerk. „

TRADITIONELL | FAMILIÄR | QUALITATIV & ZEITLOS  
 NACHHALTIG | AUTHENTISCH | BEDEUTSAM | BEWUSST





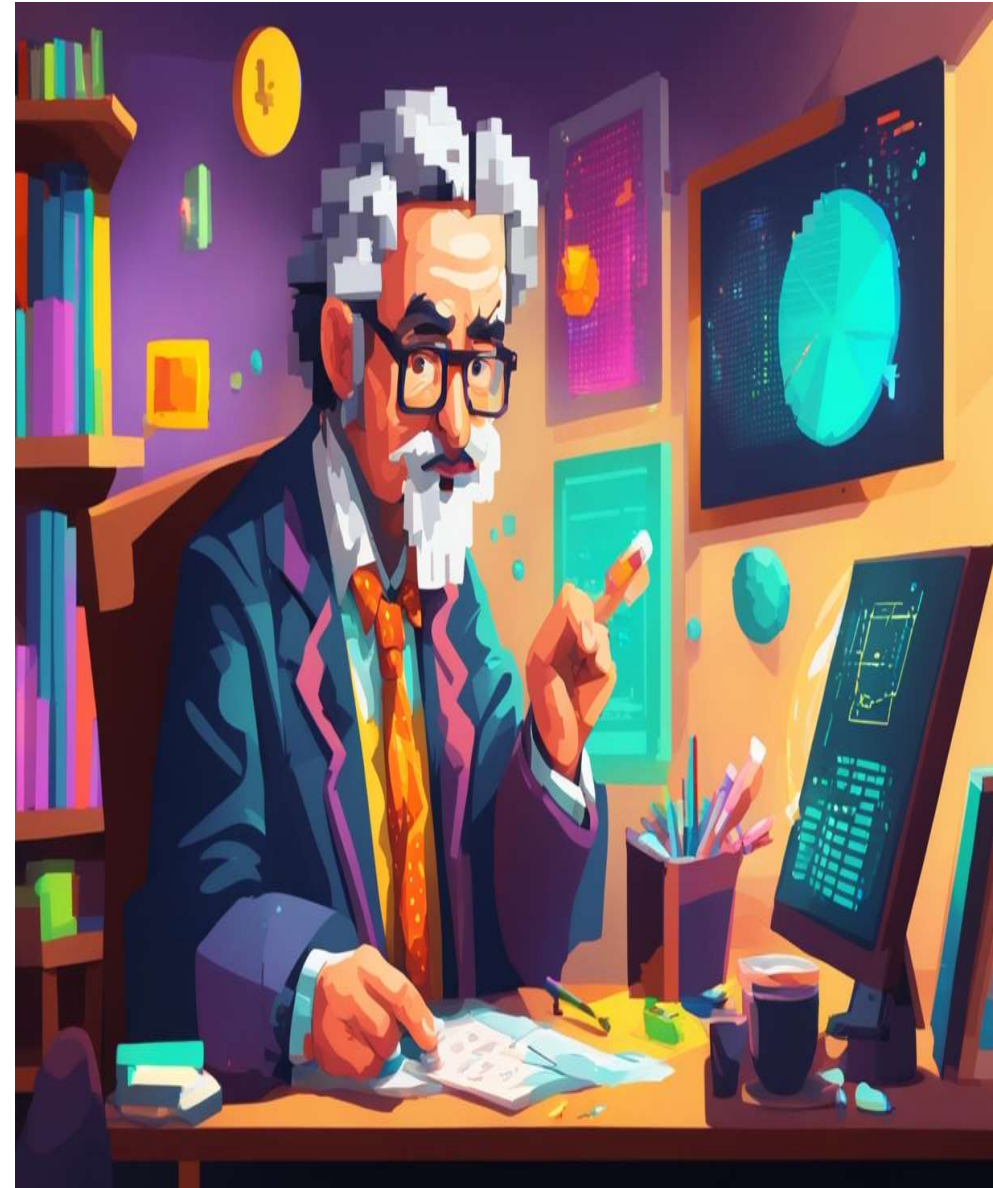
# Transformation des Büffels

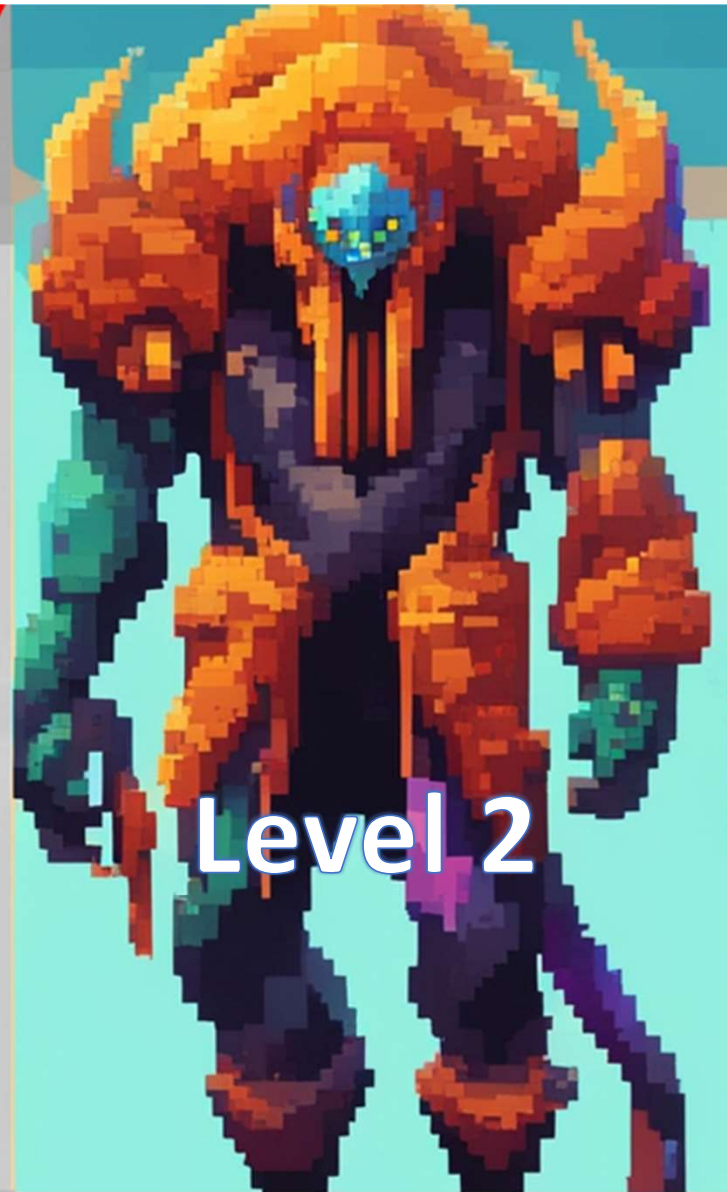


## — BOSS 1: Die Analyse

- 🐃 Welche Probleme haben wir auf technischer Seite?
- 🐃 Welche Probleme haben wir beim Personal?
- 🐃 WAS genau machen wir? Und WIE genau?
- 🐃 Was für Herausforderungen haben wir im Markt?
- 🐃 Welche Ziele haben wir in 1, 3, 5 und 10 Jahren?
- 🐃 Was müssen wir tun, um die Teams zu enablen?
- 🐃 Haben wir das Commitment, schwere Entscheidungen zu treffen?

Und dann begann die Transformation...







— “I’ve come up with a set of rules that describe our reactions to technologies:

1. Anything that is in the world **when you’re BORN** is normal and ordinary and is just a **natural part of the way the world works.**
2. Anything that’s invented between when you’re **fifteen and thirty-five** is new and **EXCITING** and **REVOLUTIONARY** and you can probably get a career in it.
3. Anything invented **after** you’re **thirty-five** is **against the natural order of things.**



DOUGLAS ADAMS „PER ANHALTER DURCH DIE GALAXIS“

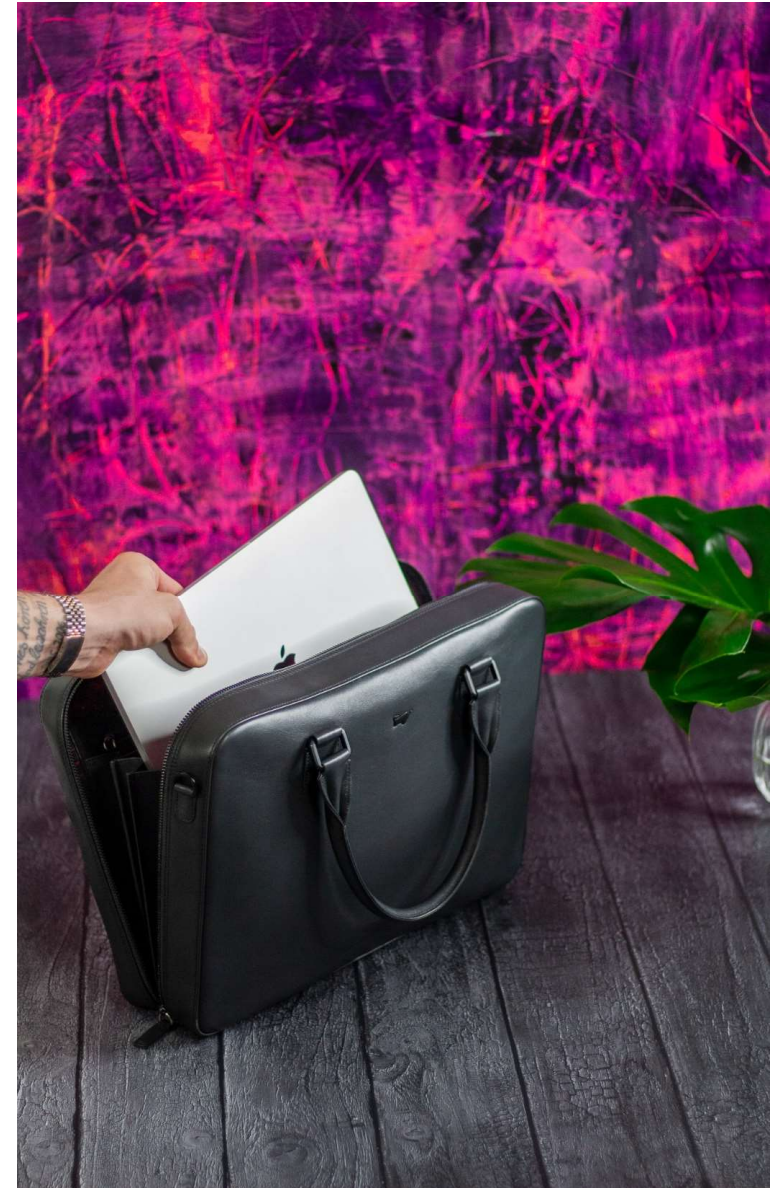


## — BOSS 2: TECHNISCHE HERAUSFORDERUNGEN

- 🐃 Legacy Systeme kommen schnell an die Grenzen der modernen Herausforderungen
- 🐃 Zusammenführen von verschiedenen Informations- und Datenquellen
- 🐃 Umliegende Systeme wie z.B. die Warenwirtschaft waren nicht ausgelegt auf modernen E-Commerce

„Jegliche technologische Entscheidung hat eine gesunde Lebensdauer eines Handyvertrages - in zwei Jahren challengen“

- 🐃 Notwendigkeit von unangenehmen Kompromissen in dem Bereich einer Customer Experience
- 🐃 Geschwindigkeit, Adaption sowie Dynamik und Agilität waren nicht in dem Maße gegeben, wie gewünscht
- 🐃 Schnelllebiger technologischer Wandel erfordert Flexibilität in der Entscheidungsfindung



## — DIGITALE ENTWICKLUNG

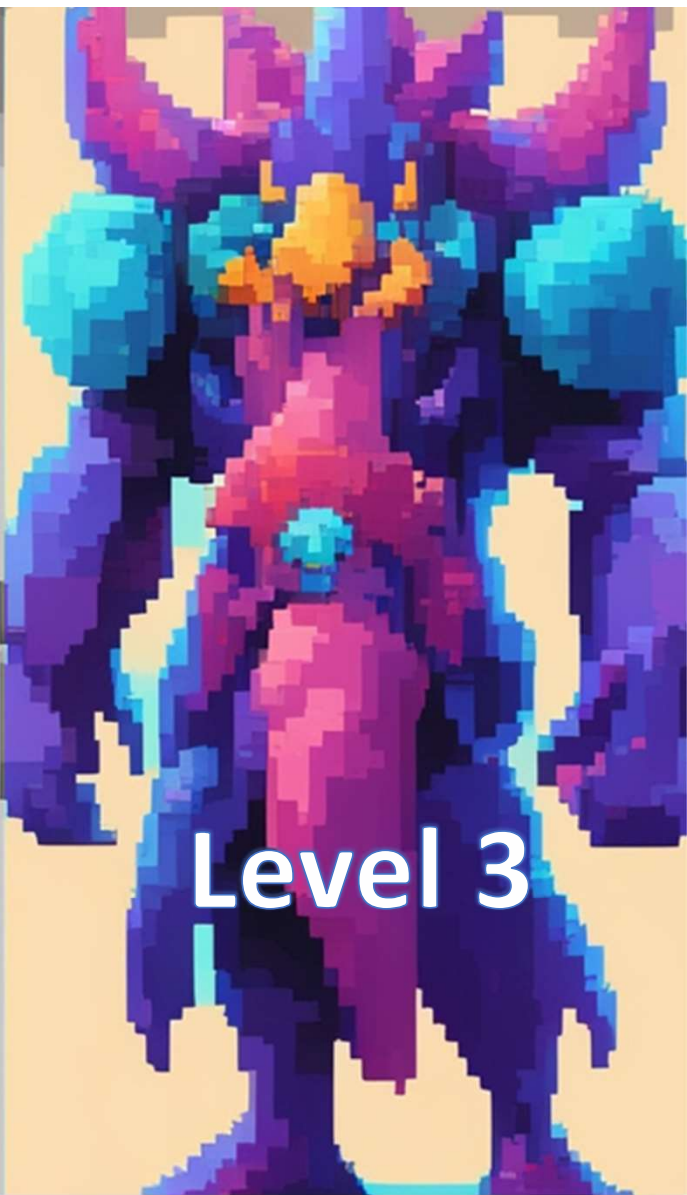
- 🐃 Beschleunigte digitale Anpassung seit 2018
- 🐃 Relaunch des existierenden BRAUN BÜFFEL Online-Shops von Magento zu Shopify Plus
- 🐃 Aufbau eines E-Commerce Teams, sowie Aufbau interner Kompetenzen im digitalen Bereich
- 🐃 Erschließung von neuen digitalen Vertriebs-Kanälen wie z.B. Otto, Zalando, WhatsApp etc.
- 🐃 Bespielung sozialer Medien, sowie div. Online-Marketing Maßnahmen
- 🐃 Interaktion mit der Zielgruppe in den digitalen Kanälen und Einbindung in die Produktentwicklung
- 🐃 Umsetzung einer Premium-Partner Strategie im On- und Offline Bereich



„ Als Tobias zur Post fuhr.. “

EIN GESCHÄFTSMODELL IM STETIGEN DIGITALEN WANDEL





## — BOSS 3: EXTERNE MENSCHLICHE HERAUSFORDERUNGEN

 Zitate aus meinen ersten 3 Monaten:

- „Sie sind doch der Typ aus der TW? Das Internet macht mein Geschäft kaputt!“
- „Sie nehmen uns unseren Umsatz weg, trotz der langen Partnerschaft!“
- „Eine Brand sollte nicht direkt an Kunden verkaufen!“
- „Wie soll ich denn davon profitieren?! Sie verkaufen doch das Produkt!“
- „Wenn der Kunde auf dem Sofa kauft, kauft er nicht bei mir!!!“

Kurze Frage: Haben Sie eine Zahnbürste?





There are **MORE THAN 7 BILLION** people on the planet.



**4 BILLION** of them use a mobile phone.

Only **3,5 BILLION** of them use a



## — WIE DER HANDEL PROFITIERT

- 
 Höhere Markenbekanntheit und -sichtbarkeit;  
Branding auch für den Handel
- 
 Händler wird zum Brand Ambassador
- 
 BB Webshop als Testmarkt, Informationsquelle  
und Schulungsportal
- 
 Kooperationen auf Produktebene
- 
 Vertrauen in die Marke und damit in den Händler
- 
 Investition in Shop-in-Shop Konzepte, PLZ Push
- 
 Übernahme von Service Dienstleistungen im  
internen Kundenservice

Der Kunde bevorzugt eben, was er bevorzugt!





**ENDGEGNER!**

## — ENDGEGNER: INTERNE PSYCHOLOGIE

🐃 Empathie und das „Mitnehmen“ sind der Schlüssel zum Erfolg

- „Das haben wir noch nie so gemacht!!111einsel!“
- „Dann muss ich ja ein System lernen!“
- „Ihr da im E-Commerce...“
- „Owei, Owei, was sagt der Händler dazu?“
- „Des is ned mei Uffgab!“

🐃 WARUM machen wir etwas und WIE profitierst DU davon?

- „Ja, das würde schon helfen...“
- „Das müsste gehen.“
- „Das sage ich schon lange!“
- „Wann geht das neue System endlich live?“

Und dann kam 2024...Off- sowie Online!





## — DER BLICK IN DIE ZUKUNFT

- 🐃 Internationalisierung
- 🐃 Ausbau des Direct Sales zum führenden Absatzkanal
- 🐃 Wechsel des ERP-Systems, Implementierung eines PIM
- 🐃 Best-of-Breed Ansatz, um dynamisch Änderungen an der Architektur vornehmen zu können
- 🐃 Kontinuierliche Verbesserung der Customer Journey anhand von Zahlen, Daten und Fakten
- 🐃 Erschließung neuer Zielgruppen (Verjüngung und internationale Märkte) durch dediziertes Marketing und zielgruppenspezifisches Produktmanagement
- 🐃 Nicht Systeme - nicht Strukturen → voller Fokus auf die Customer Centricity
  - Verstehen von Daten!



## — WAS WÜRD E ICH ANDEREN MITGEBEN?

### Top 5

- 🐃 Analyse betreiben - schonungslos.
- 🐃 Nimm dir Zeit für Entscheidung, die Ausführung und die Nachbetrachtung.
- 🐃 Umgib dich mit den richtigen Playern, du schaffst es nicht alleine.
- 🐃 Sei mutig und konsequent. Best Practice hilft selten. Versuch neue Wege!
- 🐃 Nimm die Leute mit, intern wie extern. Du wirst genug andere Störfaktoren haben. Irgendwas ist eh immer.

ERNEUERN | VERBESSERN | GESTALTEN | BEWAHREN





