ORT

Smarter Einstieg für CHEMOFAST

Digitalvertrieb kurbelt Umsatzwachstum an

Der Private-Label-Spezialist CHEMOFAST etabliert mithilfe der ORT eine Eigenmarke, um neues Marktpotenzial zu generieren und das gesteckte Umsatzziel des Mutterkonzerns Würth für 2025 zu erfüllen.

Kunde

CHEMOFAST®

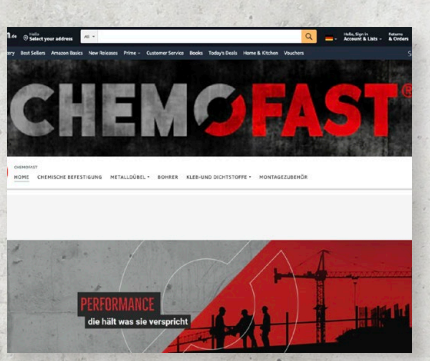
CHEMOFAST Anchoring GmbH · Willich

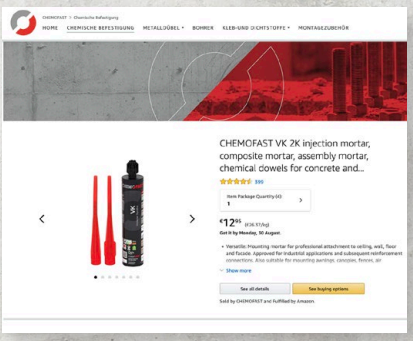
Branche

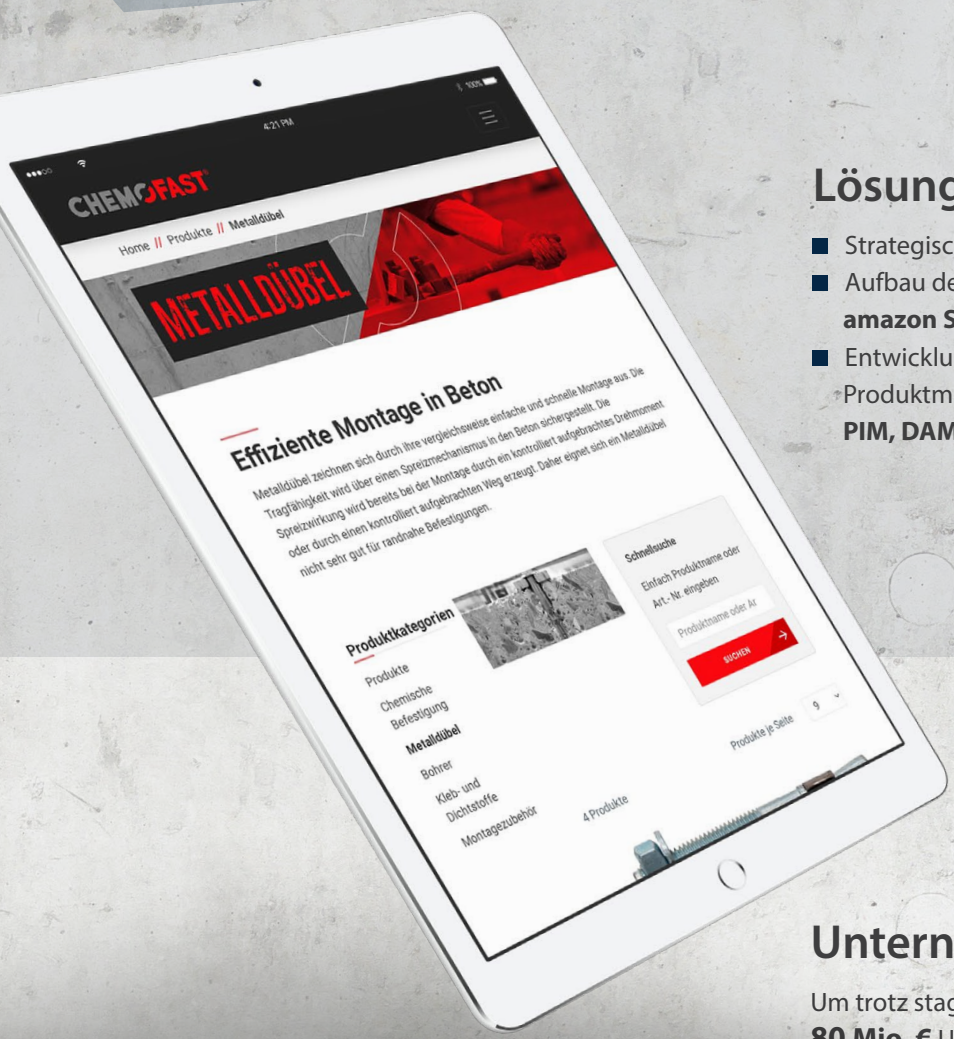
Chemische Befestigungstechnik

„Ich freue mich wie ein kleiner Junge, wenn wir bei Amazon 3.000 € Tagesumsatz erzielen. Die Eigenmarke ist einfach unser Baby.

Roger Wintzen
Geschäftsführer, CHEMOFAST







Lösungen & Produkte

- Strategische Marken- und Vertriebsberatung
- Aufbau des Amazon Seller-Kontos inkl. **amazon SEO & Contenterstellung**
- Entwicklung der Website mit **Pimcore**
- Produktmanagement, einschließlich **DXP, PIM, DAM und E-Commerce Framework**

Unternehmensanforderung

Um trotz stagnierender Umsätze das Ziel von bis zu **80 Mio. €** Umsatz der Würth Agenda 2025 zu erreichen, muss CHEMOFAST neue Marktpotentiale erschließen. Dafür will das Unternehmen neben dem bisherigen Private-Label-Geschäft eine Eigenmarke mit **Multi-Channel-Vertrieb** und einem **erweitertem Produktportfolio etablieren.**

GESCHÄFTSERGEBNISSE

- Bis zu 3x höhere Profitmargen dank Direktvertrieb
- 160.000 € Umsatz auf Amazon mit nur 5 Parent-Produkten seit 9/2020
- Bis zu 80 Mio. € Umsatz (Private Label & Eigenmarke) bis 2025 realisierbar

- Mehr Kompetenz in der Außenwirkung durch die Eigenmarke

- Break-Even-Point für das Amazon Seller-Konto noch im Jahr 2021, für den gesamten Multi-Channel-Vertrieb innerhalb der nächsten 3-4 Jahre

PROJEKT SCOPE

Iterativ zum Ziel – die Guidance entlang der Journey

Marken-auftritt im Web

Entwicklung des Amazon Shops

Eigener vollwertiger Webshop

Projektierung für 2022: Omnichannel Commerce

ORT

Am meisten hat uns die agile Philosophie der ORT überzeugt – wie sie uneigennützig ihre Kunden an die Hand nehmen und gemeinsam schrittweise schauen, wo die Reise hingeht, statt gleich ein Riesenpaket und lebenslangen Support zu verkaufen.

Roger Wintzen | **Geschäftsführer, CHEMOFAST**

DIE HERAUSFORDERUNG

In einem etablierten Markt noch weiter wachsen

Mit fast **40 Jahre**n Erfahrung in der Forschung und Entwicklung gilt das Willicher Familienunternehmen CHEMOFAST als DER Pionier und Weltmarktführer im Bereich der chemischen Befestigungstechnik, ihr Flaggschiff sind spreizdruckfreie Injektionsverankerungen mit 2-Komponenten-Reaktionsharzmörtel („Chemie-Dübel“). Die 100%ige Tochter des Würth Konzerns beliefert als Private-Label-Spezialist weltweit die führenden Vertriebsgesellschaften der Bau- und Befestigungstechnik.

Als 2019 die Agenda 2025 mit **25 Mrd. €** Umsatzziel für die Würth Gruppe ausgerufen wird, steht CHEMOFAST vor der Frage, wie sie in einem etablierten und schon verteilten Markt noch derart wachsen können, um den anteiligen Jahresumsatz von **80 Mio. €** zu erzielen.

„Das war der richtige Zeitpunkt, um neben dem Hauptgeschäft als Private-Label-Spezialist CHEMOFAST als Eigenmarke zu etablieren und mit einen Multi-Channel-Vertrieb bis zu dreimal höhere Profitmargen zu erzielen“, beschreibt Roger Wintzen, Geschäftsführer bei CHEMOFAST, die Unternehmensanforderung. „Mit unserem Private Label sind wir ein erfolgreicher Hidden Champion. Aber über unsere Marktnische hinaus sind wir praktisch unbekannt – obwohl wir eigentlich der Ursprung der chemischen Befestigung sind und in über einer Milliarde von Bohrlöchern stecken.“

Das Unternehmen verfolgt 4 Ziele

1. CHEMOFAST als **Eigenmarke etablieren**
2. Einen **digitalen und analogen Direktvertrieb** aufbauen
3. Eigen- und Fremdprodukte unter der Eigenmarke CHEMOFAST über verschiedene Kanäle direkt an neue Zielgruppen **national und international vermarkte**n, mit einem erweiterten Produktsortiment **„rund ums Bohrloch"**
4. Mit der Eigenmarke bis 2025 einen Jahresumsatz von **7 Mio. €** erzielen, davon 2 Mio. im eigenen Webshop, um das Ziel von bis zu **80 Mio. €** Jahresumsatz für die Würth Agenda 2025 zu erfüllen

Als forschungsgetriebener Private-Label-Spezialist hat das Unternehmen jedoch bisher weder eine Marketingabteilung noch eine wirkliche Markenkompetenz. Daher sind sie stark auf die Zusammenarbeit mit externen Partnern angewiesen. Ein erster interner Workshop ergibt, dass aus der Historie des Unternehmens sowie der Zugehörigkeit zu Würth heraus zunächst ein sehr „analoger" Vertrieb mit nachgeordnetem Webshop angestrebt wird.

Smarte Vertriebsstrategie der ORT stößt auf offene Ohren

Anfang 2020 wendet sich CHEMOFAST an den ORT Medienverbund mit der Bitte um ein Zweitangebot für eine Website auf der Basis von TYPO3 und Shopware.

Gleichzeitig bricht die weltweite Corona-Pandemie aus, wodurch sich das Thema Analogvertrieb zunächst erledigt. Damit einhergehend führt der Gegenvorschlag der ORT auch hinsichtlich des digitalen Vertriebs zu einem kompletten Umdenken bei CHEMOFAST.

„Statt mit analogem Vertrieb und Webshop zu starten, hat uns die ORT aufgrund ihrer Expertise die realistische Perspektive eröffnet, in einem ersten Schritt das bestehende Ökosystem von Amazon als Sprungbrett zu nutzen, um unsere neue Eigenmarke bekannt zu machen und erste Produkte zu vertreiben", beschreibt Alexander Schmitt, externer Kommunikationsberater bei CHEMOFAST, das Konzept der ORT.

„Amazon hatten wir im Vorfeld zwar auch angedacht, aber als unüberwindbare Hürde gesehen. Zum einen ist die Marke CHEMOFAST ja noch unbekannt und zum anderen haben wir uns gefragt, ob die stark B2C-getriebene Plattform für unser B2B-Geschäft relevant ist und wie die ‚Blackbox Amazon' intern funktioniert", beschreibt Schmitt die ursprünglichen Bedenken. „Aber die ORT hat uns plausibel aufgezeigt, wie wichtig unsere Präsenz dort ist – nicht nur vertriebstechnisch, sondern auch in Hinsicht auf die Sichtbarkeit bei Google. Und sie haben uns Mut gemacht. Man kann hier wirklich von einer strategischen 180-Grad-Wende sprechen."

Aber die ORT hat uns plausibel aufgezeigt, wie wichtig unsere Präsenz dort ist – nicht nur vertriebstechnisch, sondern auch in Hinsicht auf die Sichtbarkeit bei Google. Und sie haben uns Mut gemacht. Man kann hier wirklich von einer strategischen 180-Grad-Wende sprechen.

Alexander Schmitt | externer Kommunikationsberater bei CHEMOFAST

UMSETZUNG

Explorative Suche nach optimaler Umsetzung im Team

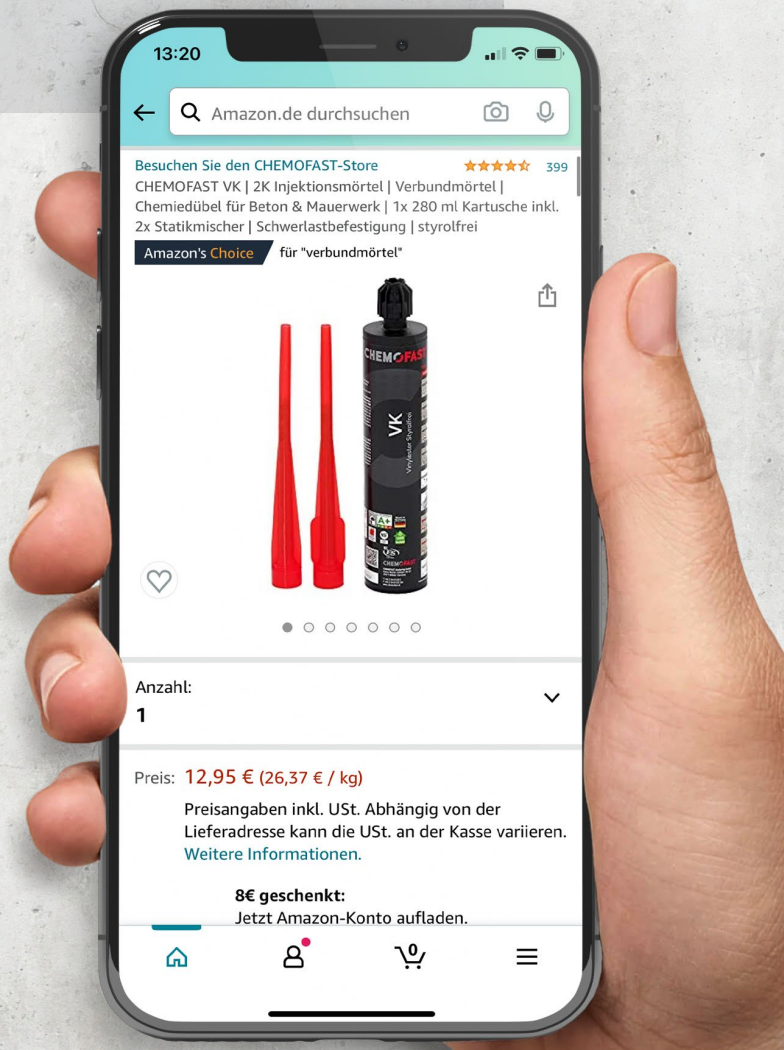
Was CHEMOFAST auch gefällt: Die Herangehensweise der ORT ist agil und partnerschaftlich. In kurzen Sprints werden einzelne Milestones gemeinsam angegangen und immer wieder der Situation angepasst. Oberstes Ziel: Den Mitarbeitern bei CHEMOFAST das Know-how vermitteln, um Vertrieb und Vermarktung selbst in die Hand zu nehmen.

> Diese Nachhaltigkeit habe ich bei einer Agentur zum ersten Mal erlebt. Gerade weil wir aus einer sehr speziellen Nische kommen, kann man nicht einfach für den Vertrieb ein riesiges KaDeWe hinstellen, sondern muss peu à peu schauen, in welche Richtung es geht. Wir fanden das Konzept der ORT sehr vertrauensstiftend und pragmatisch, es hat strategisch und finanziell gut zu uns gepasst.
>
> **Roger Wintzen** | Geschäftsführer, CHEMOFAST

Am 17. September 2020 ist auf Amazon das erste CHEMOFAST Produkt am Start, der VK Chemiedübel. Im Februar 2021 geht auch die neue Website mit Produktmanagement auf Pimcore-Basis live.

Während der Entwicklung findet ein intensiver Wissenstransfer statt, und in Workshops bzw. Schulterblicken wird gemeinsam an der Strategie gearbeitet – denn für CHEMOFAST ist das alles Neuland. Gerade bei Amazon sind die Abläufe zum Einrichten des Seller-Kontos und Aufbau einer Markenwelt dabei durchaus komplex.

„Aber Jonas Kemper, unser Ansprechpartner bei der ORT, hat diese Flanke schon oft bespielt und konnte uns so richtig an die Hand nehmen, was Vertrieb, Marketing, Contentstrategie und SEO bei Amazon angeht", erzählt Simon Bödeker, Brand Manager bei CHEMOFAST. „Und auch bei der Website und dem Einpflegen unserer Produkte in Pimcore haben wir uns mit Hilfe der ORT und nach einer steilen Lernkurve am Ende freischwimmen können, sodass wir heute weitgehend autark sind."



Nachhaltiges Umsatzwachstum für Agenda 2025 gesichert

Wie von der ORT erwartet, haben gezielte SEO-Maßnahmen eine signifikante Sichtbarkeit von CHEMOFAST auf Amazon erzielt – und auch der Abverkauf ist überaus gut angelaufen.

„Wir machen heute schon sehr, sehr gute Umsätze bei Amazon – trotz des noch überschaubaren Produktsortiments,“ freut sich Dr. Christian Keil, Technischer Produktmanager und Forschungsleiter bei CHEMOFAST. „Das hat uns von der technischen Seite her wirklich positiv überrascht, denn eigentlich war unser erstes Sortiment auf Amazon für professionelle User und ganz spezielle Anwendungsfälle gedacht. Jedoch wird es offensichtlich auch von passionierten Heimwerkern für Reparaturgeschichten eingesetzt, was zwar gut funktioniert, aber eigentlich nicht so gedacht war“, schmunzelt er.

Auch Geschäftsführer Wintzen ist begeistert über den Erfolg im Amazon-Vertrieb, mit dem CHEMOFAST in den ersten 8 Monaten 160.000 € Umsatz erzielt hat. „Ich schaue ungefähr alle zehn Minuten auf meine Amazon-App“, lacht er. „Auch wenn wir mit unserem Private-Label-Geschäft an guten Tagen 350.000 € Umsatz machen – ich freue mich wie ein kleiner Junge, wenn wir bei Amazon mit nur 5 Parent-Produkten bis zu 3.000 € am Tag erzielen. Und so geht es allen Mitarbeitern, die Eigenmarke ist einfach unser Baby.“

Und dieses Kind soll schon bald weiter wachsen.
Zu den nächsten Milestones gehören:

- Erweiterung des E-Commerce Frameworks in Pimcore für eine vollwertige Online- Bestellabwicklung
- Click & Collect für den Abholshop am Unternehmenssitz in Willich
- Expansion in B2B-Marktplätze wie Mercateo
- Regionale Key Accounts im In- und Ausland

Auch bei diesen Schritten wird die ORT als Berater und Partner mit Rat und Tat zur Seite stehen.

Hauptgeschäft bleibt für CHEMOFAST mit 80 bis 90 % des Umsatzes aber auch künftig das Private Label. Dementsprechend geht das Unternehmen beim Aufbau der Eigenmarke behutsam vor, schließlich werden sie damit zu Wettbewerbern ihrer bisherigen Kunden.

„Diese haben das aber positiv aufgenommen, und in der Außenwirkung vermitteln wir mit der Eigenmarke jetzt noch mehr Kompetenz“, freut sich Wintzen.

Beim Vertrieb der Eigenmarke über Amazon wird CHEMOFAST noch in diesem Jahr einen Break-Even-Point erreichen – und beim Multi-Channel-Direktvertrieb insgesamt in 3 bis 4 Jahren.

> Letztes Jahr hat das Unternehmen 47 Mio. € Umsatz erwirtschaftet und dieses Jahr sind es schon 50 Mio. €. Wir sind jetzt auf einem guten und gesunden Weg, bis 2025 unser Ziel von 80 Mio. € Umsatz (Private Label und Eigenmarke) für die Würth Agenda sicher zu erreichen.
>
> **Roger Wintzen** | Geschäftsführer, CHEMOFAST

Die ORT hat uns plausibel aufgezeigt, wie wichtig unsere Präsenz auf Amazon ist – nicht nur vertriebstechnisch, sondern auch in Hinsicht auf die Sichtbarkeit bei Google. Und sie haben uns Mut gemacht. Man kann hier wirklich von einer strategischen 180-Grad-Wende sprechen.

Alexander Schmitt | externer Kommunikationsberater, CHEMOFAST

In der Außenwirkung vermitteln wir mit der Eigenmarke jetzt noch mehr Kompetenz.

Roger Wintzen | Geschäftsführer, CHEMOFAST

Kontakt

Jonas Kemper
Senior Consultant Marketing
jonas.kemper@ort-online.net
Fon +49 2151 376 450