

Berlin Brands Group



CUSTOMER STORY

UPSCALING DES VERTRIEB EINES BRANDINKUBATORS

BERLIN BRANDS GROUP®

Die Berlin Brands Group wurde im Jahr 2005 gegründet. Das Unternehmen bietet seinen Kunden ein vielfältiges Produktangebot an: Unterhaltungselektronik, Haushaltsgeräten, Sportartikel, wobei Design und Technologie entscheidend für den Erfolg des Unternehmens sind. 2011 wollte die Berlin Brands Group die Möglichkeiten des deutschen Marktes erweitern und begann mit der Internationalisierung ihres Angebots.

Die Berlin Brands Group versteht sich als Brandinkubator und umfasst starke und einmalige Marken: Klarstein, Blumfeldt, Klarfit, Malone... Heute vereint die Berlin Brands Group 14 Brands unter einem Dach mit über 5000 Produkten in ihrem Portfolio. Im Jahr 2020 hat das Unternehmen einen Nettoerlös von über 300 Millionen Euro erwirtschaftet und mehr als 10 Millionen Produkte verkauft.

2014 strebte die Berlin Brands Group den Ausbau ihrer internationalen Online-Tätigkeit an. Das Unternehmen entschied sich für die Stärkung seiner Präsenz und ging eine Partnerschaft mit Neteven ein.



Probleme und Ziele

Die Berlin Brands Group war bereits via Amazon und eBay auf Online-Marktplätzen in Frankreich vertreten und hat das Umsatzpotenzial des französischen Marktes erkannt. Das Unternehmen wusste, dass Online-Marktplätze Wachstumsperspektiven bieten würden: Die Produkte der Berlin Brands Group waren attraktiv und das Unternehmen brauchte **mehr Sichtbarkeit, Optionen und Kanäle, um ihr Umsatzpotenzial vollständig ausschöpfen zu können.**

Die Berlin Brands Group suchte gezielt nach einer Brücke zu diesen potenziellen neuen Kanälen. Angesichts der großen Anzahl von anversierten Online-Marktplätzen und deren jeweiligen spezifischen Anforderungen benötigte die Berlin Brands Group die **Beratung durch einen fachkundigen Integrator**, um die Entwicklung der Brand zu leiten: das Hauptziel war die rasche Einführung einer **Vielzahl von Produkten auf zahlreichen neuen Online-Marktplätzen.**

Lösung

Neteven hat maßgeblich zum Erfolgen der Berlin Brands Group beigetragen. Im Jahr 2014 ermöglichte Neteven dem Unternehmen den schnellen Einstieg in folgende 4 Online-Marktplätze: Cdiscount, FNAC, Rakuten und Rue du Commerce. In den Folgejahren konnte sich die Berlin Brands Group in weiteren Online-Marktplätzen etablieren.

Die Berlin Brands Group hat von der fachkundigen Beratung durch engagierte Projekt- und Account-Manager profitiert und konnte ihre internationale Geschäftstätigkeit und den Vertrieb auf den wichtigsten Online-Marktplätzen vorantreiben und kontrollieren. Die Lösung hat die Kollaboration der zwei Unternehmen zu einer echten Erfolgsgeschichte gemacht und ihnen positive Ergebnisse gebracht.

„An dieser Stelle möchte ich die menschliche Komponente von Neteven erwähnen. Jeder kann eine technische Lösung anbieten... Gut, nicht „jeder“. Aber hier weiß man, dass eine persönliche professionelle Betreuung unbezahlbar ist“

Patrick Dequeiroz,
Country Manager Frankreich

Ergebnisse und Perspektiven

Seit 2014 und durch die Partnerschaft mit Neteven hat sich der BWW der Berlin Brands Group um das Hundertfache verbessert. So hat sich der französische Markt beispielsweise zum zweitgrößten Markt des Unternehmens entwickelt. Eine solide Plattform mit umfassenden Funktionen, verbunden mit angemessener strategischer Beratung und fachkundigem Support, war für ein Unternehmen, das von Jahr zu Jahr wächst, entscheidend.

Die Berlin Brands Group befindet sich auf Expansionskurs und plant die Diversifizierung ihres Produktkatalogs und die Erweiterung ihrer Reichweite. Zur Unterstützung des zukünftigen Wachstums steht ihr Neteven zur Seite.

KENNZAHLEN



07

Jahre
Zusammenarbeit
mit Neteven



100-facher

BWW seit Beginn



+10

integrierte Online-
Marktplätze



+50 %

Jährliches Wachstum



WEITERE INFOS