

CHRISTOPH HEGGER
ANNIKA SCHWAB

So einfach geht Erfolg.

AQUARISTIK UNTER FREIEM HIMMEL.

DIE MARKTEINFÜHRUNG DES
EHEIM PRODUKTSORTIMENTS »TEICH«



DART | BERATENDE DESIGNER

**Marktführerschaft im angestammten Segment.
Wachstumspotential direkt in Nachbars Garten.
Was kann da schon schiefgehen?**

Line Extensions sind verführerisch. Besonders wenn sie in einem scheinbar vertrauten Gelände erfolgen. Sie versprechen fette Beute ohne das Risiko, auf unangenehme Überraschungen zu stoßen.

Der Entschluss, sich im Bereich Gartenteich zu engagieren, schien daher für den »Erfinder« der Aquaristik, die EHEIM Gruppe aus Esslingen ein Heimspiel zu werden: Mit der eigenen Kernkompetenz aus der Aquaristik und den gewohnten Vertriebskanäle war schließlich alles Notwendige da.

Wirklich?

Die nähere Analyse ergab ein weitgehend anderes Bild: Ein harter Kampf in einem nahezu monopolistisch strukturierten Markt, neue Handelspartner, zu denen vertriebliche Zugänge fehlten, und die für einen Marktführer ungewohnte Ausgangslage: Niemand kennt EHEIM.

Das EHEIM Projekt ist ein Lehrbeispiel, welchen Herausforderungen mittelständische Unternehmen bei der Markteinführung eines neuen Produktbereiches gegenüberstehen. Wie die schlichte Übertragung bewährter Erfolgsrezepte ein solches Investment gefährden können.

Und wie man trotz überraschender Untiefen auch in unbekanntem Gewässern am Ende Erfolg haben kann.

DER PLAN

AUF ZU BEKANNTEN UFERN

»DER MARKT FÜR GARTENTEICHE
WIRD ÜBER DEN GLEICHEN KANAL
BEDIENT WIE DIE AQUARISTIK:
ÜBER DEN ZOO-FACHHANDEL.«

»BEI DER AQUARISTIK MACHT
UNS KEINER WAS VOR.
ALSO KÖNNEN WIR AUCH TEICH.
NUR DIE PUMPEN UND FILTER
SIND HALT EIN WENIG GRÖßER.«

Here we come!



DAS IST DOCH EINFACH!

ODER?

DIE WAHRHEIT

UNTIEFEN IN FREMDEN GEWÄSSERN

»DER ZOO-FACHHANDEL KÜMMERT
SICH NUR UM GROSSE TEICHE.
DAFÜR SIND UNSERE PRODUKTE
ABER ZU KLEIN.«

»DER MARKT FÜR KLEINERE
TEICHE IST IM BAUMARKT.
DORTHIN HAT EHEIM ABER
KEINE VALIDEN KONTAKTE.«

»DAS TEICHREGAL
IST ZU 90%
VOM MARKTFÜHRER
OASE BESETZT.«

WARUM SOLL DER HANDEL
REGALFLÄCHE DES MARKTFÜHRERS
FÜR EINEN UNBEKANNTEN
NEWCOMER FREIRÄUMEN?

AUFTAUCHEN

WIR MÜSSEN REDEN!

Vorbei sind die Zeiten, in denen kreative Alleingänge auf Basis einsamer Entscheidungen zum Ziel führen. Erfolg entsteht dort, wo sich Sichtweisen, Erfahrungen und Qualifikationen begegnen.

Also haben wir den Dialog gesucht.

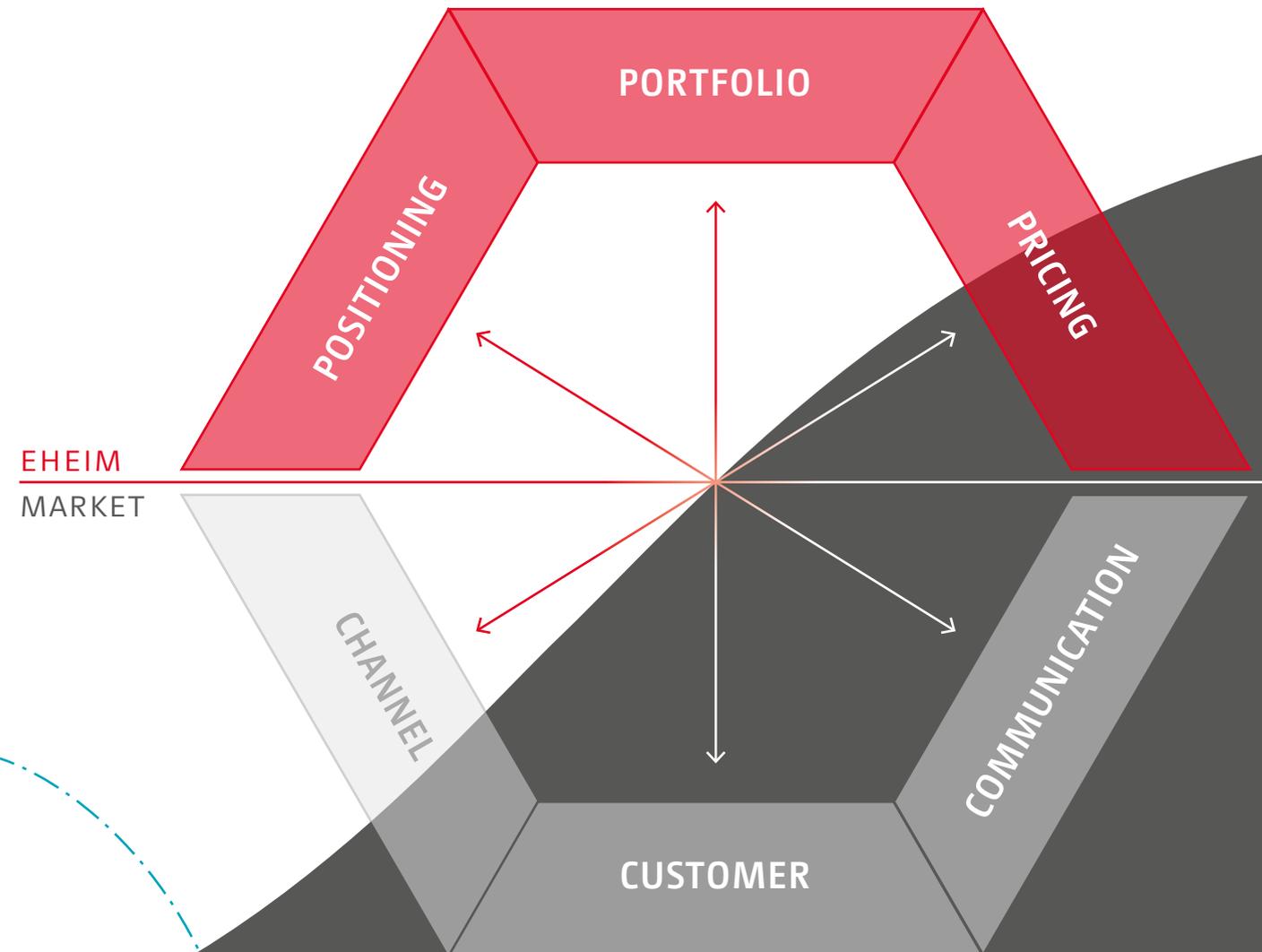
Wir haben mit unserem Auftraggeber EHEIM diskutiert. Und wir haben natürlich mit dem Markt geredet: vom Fachhändler bis zum Baummarkt, vom Category Manager in der Zentrale bis zum Verkäufer am Point of Sale.

Im Ergebnis waren die ursprünglichen Annahmen zu Portfolio, Zielgruppen und Vertriebskanälen grundlegend zu revidieren.

Ein neuer Plan musste entwickelt werden.

EINTAUCHEN

TEICH IST KOMPLIZIERT!



- ① **Ein Monopolist beherrscht den Markt.**
Was kann EHEIM dem Quasi-Monopolisten Oase entgegensetzen, der nicht nur ein breites Sortiment an Teichtechnik und -pflege anbietet, sondern 90% der Regalmeter am POS belegt.
- ❓ **Wie können Händler bewegt werden, Verkaufsfläche des Marktführers für EHEIM freizuräumen?**
- ② **Teich wird betont nüchtern kommuniziert.**
Die technische Kompetenz des Wettbewerbers prägt den Markt: technoid, freudlos und grau-in-grau, denn das Silber der Oase-Packungen verstaubt im Regal.
- ❓ **Wie vermitteln wir Freude am Teich?**
- ③ **Teich ist kompliziert!**
Analysen in Social-Media-Foren brachten es an den Tag: Viele Gartenbesitzer sind von der scheinbaren technischen Komplexität des Teichbaues überfordert. Und wenden sich ab: Schaukel statt Gartenteich.
- ❓ **Wie senken wir die psychologische Einstiegshürde auf Seiten des Endkunden?**

WIE MACHEN WIR DEN TEICH EINFACH?

VIELE FRAGEN. EINE ANTWORT.

So einfach geht Teich! Ponds. Made easy!

»Erstaunlich, wie sich eine komplexe Strategie auf vier Worte reduzieren lässt, die alle Ebenen adressieren. Brilliant!«

Sibylle Pöhler, Productmanagement



POSITIONING

VEREINFACHEN.

Dem Gartenteich das abschreckend Anspruchsvolle nehmen und ihm Attraktivität verleihen.

Mach's-dir-schön, statt Mach's-dir-schwer.

Wo andere Technik verkaufen, bietet EHEIM den einfachen Zugang zum Gartenparadies Teich.

Signalisiert durch eine selbstbewusst fröhliche Leitfarbe – zufällig im Farbkreis gegenüber vom Oase-Blau.

AWARENESS



BRANDING

EINPRÄGEN.

Die Königsklasse: Produktbranding.

Zwei Dutzend Produkte,
die klar unterscheidbar sein sollen.

Durch einfache, merkfähige und
überall verständliche Submarken.

Marken, die auch noch Spaß machen!

Wer braucht eigentlich
Branding-Spezialagenturen?



PLAY **GLOW**
BIND **SAVE**
LOOP **PRESS**
FLOW
FADE **STOP**
AIR **CLEAR**
REPLAY **FEED**
KICK **KOI**
FILTER **BASE**

AQUARISTIK



IMAGING

EMOTIONALISIEREN.

Perspektivwechsel: Statt von oben ins Trübe zu schauen, enthüllen wir die faszinierende Schönheit des Gartenteichs durch den horizontalen Blick.

So wie er in der Aquaristik schon immer funktionierte.

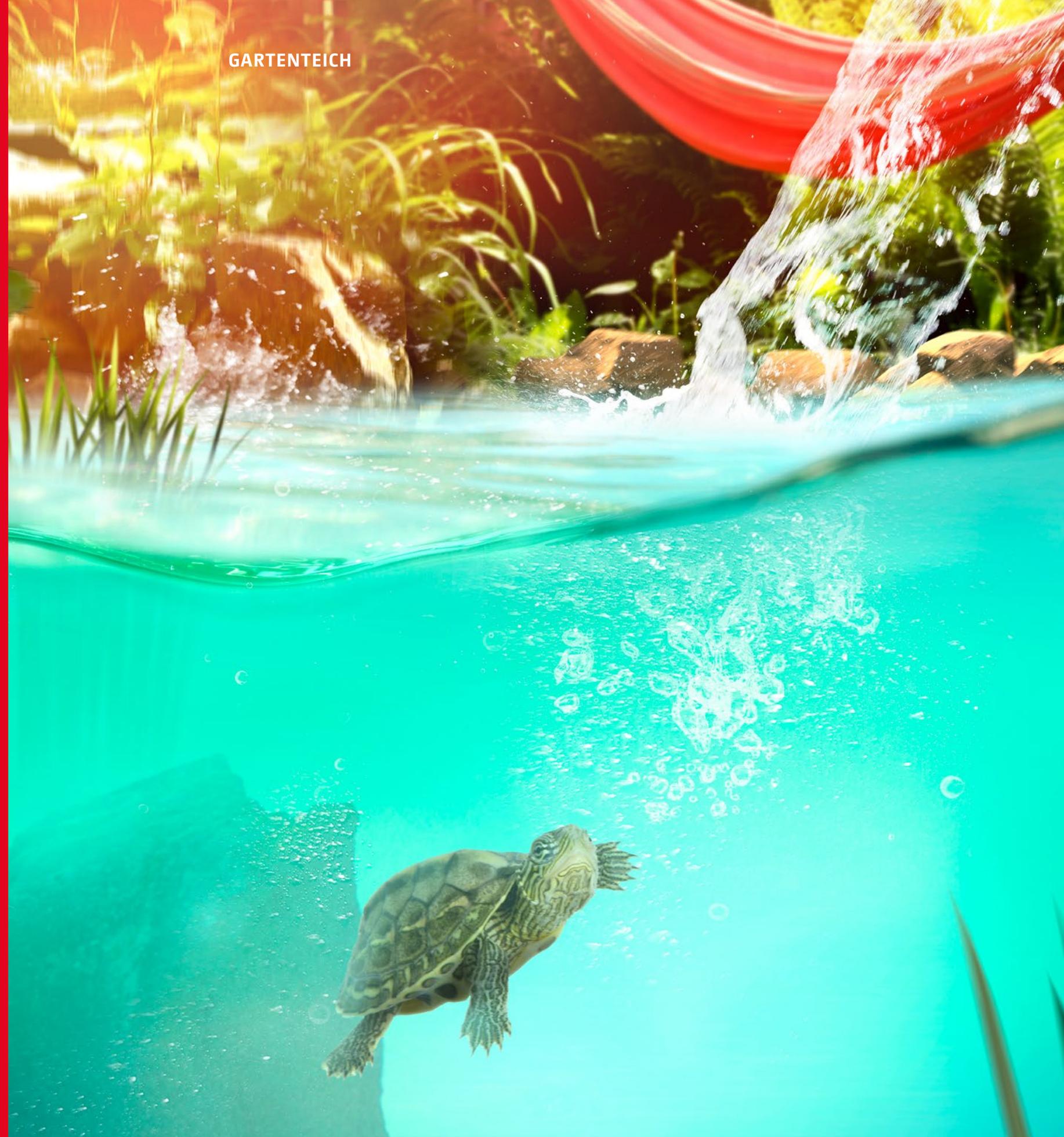
Eine Heritage, die kein Wettbewerber bieten kann.

Aber faszinierende Einsichten vermittelt.



HERITAGE

GARTENTEICH



WENDEPUNKT

Key-Visuals zum Träumen.
Die Lust machen auf die verführerische Welt des Gartenteichs.
Und alle Farben der Marke zum Schwimmen bringen.

Der EHEIM Markenauftritt ist Preis wert.
Attestierten 2018 die Juroren
des renommierten World Branding Awards.



EHEIM POND AQUATICS
VIENNA 2017/2018

FREI SCHWIMMEN

HEADSTART IN DEN MARKT!

Positionierung über allem.
Als Differenzierung vom Wettbewerb.
Zur Senkung der Eintrittsschwelle.

Awareness.
Die Sonderfarbe
Orange macht
EHEIM frisch und
unübersehbar.

Point-of-sale am Messestand.
Die POS-Simulation adressiert
Teichhändler auf vertrautem Terrain.

Kaufgründe sind emotional.
Die Keyvisuals inszenieren Gartenparadiese
statt selbstreferenzieller Technik.



Next Generation Lead-Generation
Messekontakte fließen direkt vom Stand ins CRM.
Wenn die Leads noch warm sind.

Unübersehbares Signal:
Im Teich-Markt kommt Bewegung auf.

Kommunikativ und komfortabel:
Die Lounge-Atmosphäre löst Hemmschwellen
und lädt zum Verweilen ein.

Wasser marsch!
Der einzige Messestand,
der Teich nicht nur
meint, sondern zeigt.

PACKAGING

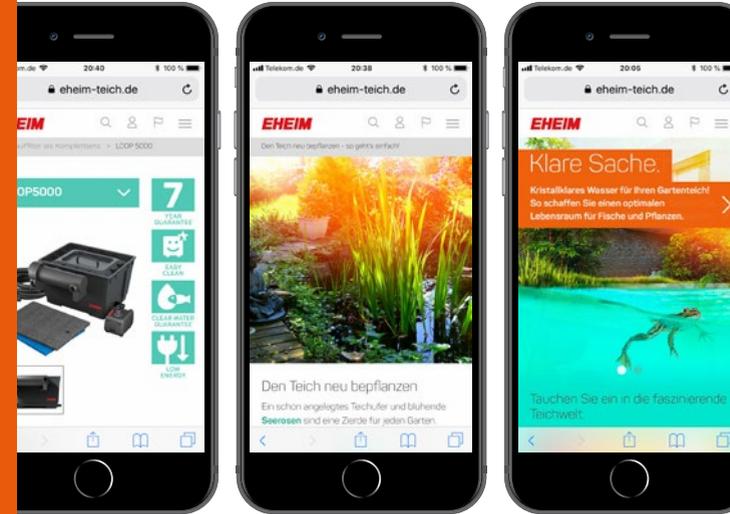
KAUF MICH!



Verkauft sich wie von selbst.
 Muss auch so sein, denn geschultes Verkaufspersonal ist teuer und fehlt daher häufig.

WWWELLENREITEN

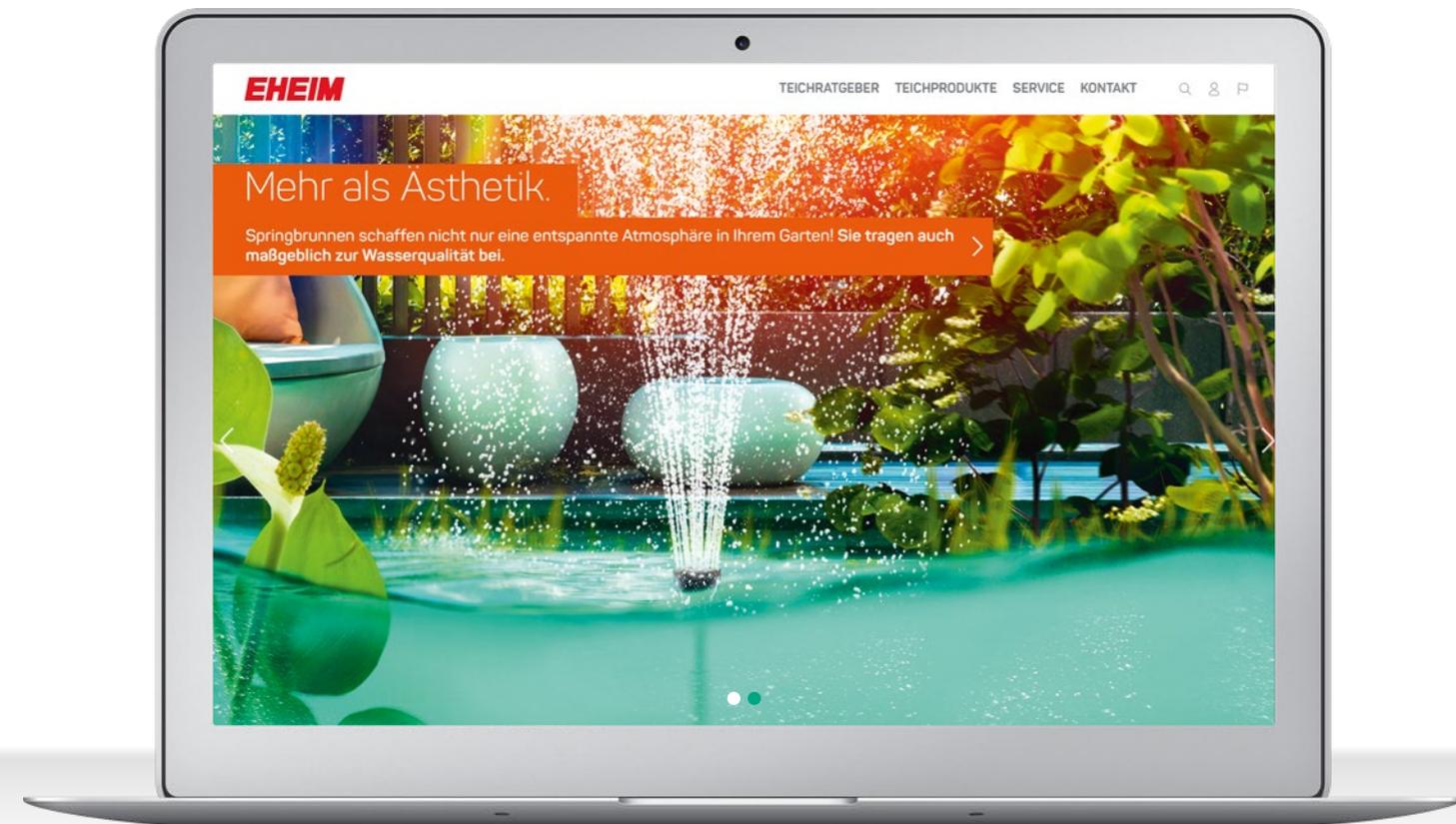
EHEIM-TEICH.DE



Das Web bringt heute alle Disziplinen erfolgsversprechenden Marketings zusammen: als Point-of-sale, Service-Provider, Knowledge-Base, Datensammler und Schlachtfeld im globalen Wettbewerb. Nur ein Klick trennt die Heroes auf der Google Frontpage von den Scheintoten auf der Folgesseite.

Wer in diesem digitalen Tsunami nicht untergehen will, muss zahlreiche Fähigkeiten miteinander verbinden: Er muss seine Botschaften extrem schärfen. Er muss daraus umfangreichen Content generieren, der die Adressaten fesselt. Er muss die mäandernden Wege des flüchtigen Webusers verstehen. Er muss visuell Unverwechselbares erschaffen können. Er muss die sich dynamisch entwickelnde Technologie des Netzes beherrschen. Und er muss stetig den geheimen Algorithmen der Suchmaschinen auf der Spur bleiben.

Wie gut, dass es für all dies bei DART Fachleute gibt.



Konsistenz auf allen Kanälen.
 Responsive Design auf mobilen Plattformen und dem Desktop PC.

PONDS
MADE EASY

Hingucker am Point-of-sale:
Der EHEIM Film macht Lust auf Teich.

NOW!

PLAY

AIR

VIVID COLOR

HEALTHY FISH

POWER



DER MOMENT DER WAHRHEIT

AM ENDE ENTSCHIEDET
DER KONSUMENT.

**Wie lege ich fachmännisch meinen Gartenteich an?
Wie viel Liter fasst mein Teich?
Welche Technik wird ergo benötigt?**

Der Teichkunde bleibt mit seinen Fragen zumeist allein. Auch vor dem Verkaufsregal im Baumarkt – denn fachlich geschultes Personal ist dort selten anzutreffen.

Das POS-Konzept im EHEIM Marktauftritt bringt daher seine eigenen Fachberater in Form von Teichrechner und motivierendem Teichberater mit.

»Das POS-Konzept von DART ist das beste, das wir bei EHEIM jemals gesehen haben.«

Marius Dittert, Leiter Marketing Kommunikation

So einfach geht Teich.
DER EHEIM
TEICHRECHNER

WELCHER FILTER IST DER RICHTIGE FÜR MEINEN TEICH?

Wassermenge einstellen:
3. Volumen Ihres Teiches in Litern (berechnet Volumen in Kubikmetern) **14.000 l** Sie können den Wassermenge "hoch" oder "niedrig" einstellen.

Geeigneten Teichfilter finden:

<input checked="" type="checkbox"/> LOOP Durchlauffilter Das bewährteste EHEIM Hochleistungs- und Durchlauffilter. Filterpumpe und UVC-Klärer. Der robuste Allround-Filter für alle Teiche.	<input checked="" type="checkbox"/> LOOP 5000 <input checked="" type="checkbox"/> LOOP 7000 <input checked="" type="checkbox"/> LOOP 10000 <input checked="" type="checkbox"/> LOOP 15000	<input checked="" type="checkbox"/> Press geeignet für Teiche <input checked="" type="checkbox"/> ohne Fachbesatz <input checked="" type="checkbox"/> mit Fachbesatz <input checked="" type="checkbox"/> mit Hochbesatz
<input checked="" type="checkbox"/> PRESS Druckfilter Das bewährteste EHEIM Komplettsystem mit Druckfilter und Filterpumpe. Die elegante Lösung mit möglichst verstärkter Technik.	<input checked="" type="checkbox"/> PRESS 7000 <input checked="" type="checkbox"/> PRESS 10000 <input checked="" type="checkbox"/> PRESS 15000	

www.eheim-teich.de **EHEIM**

TEICHBEWOHNER GEWÜNSCHT?

Wenn Sie gerne Fische halten möchten, beachten Sie bitte bei der Planung eine gewisse Mindestgröße Ihres Teiches: 3.000 l Wasser und 80 cm Tiefe sollten es schon sein. Nähere Infos zu geeigneten Fischarten, hochwertigem Fischfutter, passender Teichtechnik und einem Teichrechner zum Ermitteln der Wassermenge finden Sie unter eheim-teich.de

So einfach geht Teich!
MACHEN SIE AUS IHREM GARTEN EIN PARADIES.

YOUR POND IN 7 STEPS 1 2 3 4 5 6 7 **SCHON FERTIG!**

FOLIE VERLEGEN

An einem am besten nicht zu kalten Tag kann das Auslegen der Teichfolie beginnen.

- Zuerst wird die Folie auf dem Rasen ausgebreitet, dann in der Teichrube ausgelegt. Das Teichprofil möglichst wenig betreten, zum Schutz der Folie nur barfuß. Je mehr Leute beim Auslegen helfen, desto leichter geht es. Glätten Sie die Falten, kleine Falten lassen sich gut mit Kieselsteinen verdecken.
- Sehr empfehlenswert ist ein Überlauf. Ein Winkelstück und ein anschließendes Rohr führen in eine kleine, mit Kies gefüllte Grube oder in die Hauskanalisation. Dadurch läuft ihr Teich auch bei Starkregen nicht über.

IHR TEICH IN 7 SCHRITTEN 1 2 3 4 5 6 7 **SCHON FERTIG!**

lung + Argumente = POS-Erfolg

DART
CASE STUDY



DART

Beratende Designer GmbH

Adlerstraße 41
70199 Stuttgart

Phone +49 711 615598-0
Fax 615598-55

hello@dartwork.de
www.dartwork.de