

HANDWERK

Vickermann & Stoya Maßschuhe OHG

Sitz

Baden-Baden

Größe

7 Mitarbeiter

Branche

Schuhmacher, Maßschuh- und Ledermanufaktur

Klassisches Kundensegment

Privatkunden

Als kleine Schuhmanufaktur ein Startup gründen, neue Zielgruppen ansprechen und Kunden in ganz Deutschland und darüber hinaus für das eigene Unternehmen gewinnen. Wie das geht und worauf dabei zu achten ist, sagt Ihnen Matthias Vickermann, Geschäftsführer der Vickermann & Stoya Maßschuhe OHG, hier im *Video*.

Zum Video gelangen Sie auf direktem Weg durch Scannen des QR-Codes. Auf der Webseite www.aufzumdigital.de finden Sie weitere Videos und viele nützliche Informationen rund um digitale Geschäftsmodelle. Folgend finden Sie die wichtigsten Aussagen zusammengefasst.



Herangehensweise des Unternehmens

Motivation, Grund und Ausschlag für die Entwicklung des digitalen Geschäftsmodells

Die Schuhmanufaktur Vickermann & Stoya agiert in einem Markt in dem es immer weniger Anbieter, sprich Schuhmacher, gibt. Ein Grund dafür, dass sich Vickermann & Stoya kontinuierlich damit beschäftigt, wie sich die Manufaktur breiter aufstellen kann. Dabei sind die Kundenbedürfnisse der Schlüssel zum Erfolg. Den Schuhmachern wurde deutlich, dass eine nicht bediente Nachfrage nach Schuhreparaturen vorhanden ist. Auf der einen Seite zählt das Statistische Bundesamt jährlich circa acht Millionen Paar Schuhe, die in Deutschland repariert werden. Auf der anderen Seite finden immer mehr Schuhmacher keine Nachfolge für ihren Betrieb. Daraufhin wurde zunächst auf die Website ein Dokument hochgeladen, das Kunden ausdrucken und ausfüllen konnten. Dieses schickten Kunden zusammen mit den zu

reparierenden Schuhen nach Baden-Baden zu Vickermann & Stoya. Damit war der Grundstein für einen Online-Schuhreparatur-Shop gelegt. Heute bietet Vickermann & Stoya mit Shoedoc einen deutschlandweiten Onlineshop mit der Möglichkeit in wenigen Schritten die gewünschte Schuhreparatur, Schuhpflege oder Umarbeitung zu buchen.

Technologien, Kompetenzen und Strukturen, die für die Realisierung des Geschäftsmodells notwendig waren

Die Kompetenzen für den Aufbau des Onlineshops wurden nicht in der Schuhmanufaktur selbst aufgebaut. Die Umsetzung des digitalen Geschäftsmodells erfolgte durch eine Agentur, die langjähriger Partner der Vickermann & Stoya OHG ist. Die laufende Betreuung von Shoedoc wird hingegen von Vickermann & Stoya selbst übernommen.

Partner, die in die Entwicklung involviert waren

Vickermann & Stoya kommt es bei der Zusammenarbeit mit Partnern vor allem auf Vertrauen an. So greift das Unternehmen auf eine Werbeagentur zurück, mit der schon seit Jahren zusammen gearbeitet wird. Auch für die Bewerbung über Social Media greift die Schuhmanufaktur auf bestehende Kontakte zurück. Zudem rät Vickermann & Stoya bei der Wahl der Partner den Fokus nicht nur auf den günstigsten Preis zu setzen. Qualität kostet, erspart aber unnötigen Aufwand. Grundsätzlich sind Akteure wie Handwerkskammern

oder Industrie- und Handelskammern gute Anlaufstellen, wenn ein Geschäftsmodell entwickelt wird. Vickermann & Stoya profitiert von einer Vielzahl an Personen, die unterstützen, helfen und andere Sichtweisen aufzeigen. Der erste Schritt zum Erfolg ist für Vickermann & Stoya diese Hilfe auch zuzulassen.

Zeitraum, in dem das Geschäftsmodell entwickelt wurde

Die gesamte Entwicklungszeit von Shoedoc dauerte insgesamt 3,5 Jahre.

Geschäftsmodelltyp

Mehrwert, den das Geschäftsmodell einbringt

Durch das Online Geschäft kann Vickermann & Stoya eine größere Kundengruppe ansprechen. Vor der Realisierung von Shoedoc war die Schuhmanufaktur auf die Kunden vor Ort in Baden-Baden angewiesen oder musste aufwändige Reisen unternehmen, um auf sich aufmerksam zu machen. Die räumliche Trennung zwischen Kunden und Schuhmacher fällt mit dem digitalen Geschäftsmodell weg. Deutschlandweit können Schuhreparaturen innerhalb von sieben Tagen abgewickelt werden. Weiterhin werden Schuhe jeglicher Art repariert, von Turnschuhen über Lederhalbschuhe bis hin zu Stiefeln oder anderen Schuhtypen.

Ergänzende Dienstleistungen oder Produkte, die mit dem Geschäftsmodell einhergehen

Vor Ort bietet Vickermann & Stoya Schuhpflegekurse mit Führungen durch die Manufaktur an. Neben der Online-Schuhreparatur wird ein Shop für Kleinlederwaren wie Portemonnaies angeboten. Gleichzeitig wird das digitale Angebote mit Modum erweitert. Hier handelt es sich um die Möglichkeit, den eigenen Maßschuh online zu bestellen. Dieses Projekt realisiert Vickermann & Stoya zusammen mit den Gründern aus Hannover.

Effekte des Geschäftsmodells

Herausforderungen, die gemeistert wurden

Die Kundenansprache war für Vickermann & Stoya völlig neu. Kunden, die neue Maßschuhe vor Ort kaufen möchten, müssen anders angesprochen werden als Personen, die online den Auftrag zur Reparatur von Turnschuhen

geben. Dies geht von der per Du Ansprache über verstärkte Social Media-Werbung bis hin zur Gründung der eigenen GmbH. Insgesamt bedeutet die Etablierung einer eigenständigen Marke wie Shoedoc viel Zeit, in welche investiert werden muss.

Lektionen, die bei der Erarbeitung des Geschäftsmodells gelernt wurden

Rechtlich gesehen läuft das digitale Geschäftsmodell anders als das herkömmliche ab. Kunden schließen bei Schoedoc keinen Kaufvertrag ab, sondern einen Werksvertrag, da eine Dienstleistung durchgeführt wird. Aus Kundensicht hat Vickermann & Stoya außerdem gelernt, dass es weitere ähnliche Angebote zu Shoedoc im Internet gibt. Die Preisunterschiede sind hier sehr gering. Um Kunden zu gewinnen, zählt für die Schuhmanufaktur einzig und allein der Service. Hierzu zählen beispielsweise die Geschwindigkeit der Reparatur, aber auch die Einfachheit des Bestellprozesses. Um den besten Service zu bieten, braucht es für Vickermann & Stoya ein gut funktionierendes Team, bestehend aus der Schuhmanufaktur, einer Werbeagentur, eines Rechtsanwalts, eines Steuerberaters und einer Bank.

Auswirkungen des neuen Geschäftsmodells auf Kundensegment, Märkte, Partner und Unternehmensstruktur

Insgesamt verfügt die Schuhmanufaktur mit dem digitalen Geschäftsmodell über eine größere Grundauslastung. Die Anzahl an Reparaturen wird immer mehr. Die Kunden kommen verstärkt über den digitalen Kanal zu Vickermann & Stoya und damit auch aus einem größeren geographischen Gebiet. Mittelfristig ist der Plan, eine kleine Gewerbeeinheit anzumieten oder zu bauen und vier bis fünf Mitarbeiter einzustellen, die ausschließlich für die Reparaturen zuständig sind, die über Shoedoc akquiriert wurden.

Gefördert durch:

