

Kid  
by **VÖGELE|SHOES**

*Awardeingabe  
«Best of Swiss Web 2018»*



Agentur: **Contexta**  
Auftraggeber: **Karl Vögele AG**

# Aufgabenstellung

## Die Ausgangslage:

Der stationäre Schuhhandel in der Schweiz hat mit grossen Problemen zu kämpfen. Um -3.9% verringerte sich der Markt 2016 im Vergleich mit dem Vorjahr. Auch die alteingesessene Marke Vögele-Shoes ist davon nicht ausgenommen. Im Gegenteil: Sie schrumpft noch schneller als der Markt. Alleine 2016 um total -8.5%. Im wichtigsten, weil ausgabenfreudigsten Segment – Frauen zwischen 25 und 45 Jahren mit Kindern – verzeichnet sie sogar einen Käuferkreisverlust von -14%!

## Das Problem:

Die neuen Online-Händler. Insbesondere aus dem Ausland. Insbesondere Zalando.

Mit einem 10-fach höheren Budget als Vögele-Shoes (ca. 25 Mio. CHF ggü. ca. 2.5 Mio. CHF) umwirbt das deutsche Versandhaus besonders stark jüngere Mütter, die mit viel Geld und vielen Einkäufen für sich selbst (und ihre Kinder) ins Internet «abwandern». Mit der grossflächigen Einführung der kostenlosen Rücksendungen hat der Online-Riese zusätzlich ein neues Verhalten der Kunden ermöglicht: Bestellt wird heute häufig auf Verdacht und – speziell bei Kindern – ohne ausreichendes Grössenwissen. Mit dem Resultat einer hohen Retourenquote für die Händler und entsprechendem Margenverlust.

## Die Aufgabe:

Für Vögele-Shoes geht es um viel. Die Frauen zwischen 25 und 45 Jahren müssen – mit vergleichsweise geringem Budget – dringend wieder zu verstärkten Einkäufen bei Vögele-Shoes aktiviert werden. Im Onlinestore, aber auch im für das Unternehmen mit etwas weniger als 200 Filialen weiterhin äusserst bedeutenden stationären Handel.

# Strategie

Vögele-Shoes weiss: Wer die Aufmerksamkeit über Kinderthemen erhält, kann Frauen effektiver aktivieren, etwas zu tun.

## **Wissensmanagement (Kundendaten):**

Vögele-Shoes weiss auch: 2/3 aller Kinderschuhe werden zusammen mit Damenschuhen gekauft.

## **Effizienzsteigerung:**

Mehr Kinderschuhumsatz führt so quasi automatisch zu mehr Damenschuhumsatz.

# Strategie

Aus Marktforschung (Kinz/Wieland) und vielen Rücksendungen weiss Vögele-Shoes schliesslich:  
Die Grössenbestimmung bei Kindern ist schwierig und unzuverlässig. Bis zu 70% der Kinder tragen in der Folge Schuhe mit der falschen Grösse. Die Folge: Haltungs- und Knochenschäden.

**Haltungs- und Knochenschäden will niemand. Mütter schon gar nicht.  
Wenn es um die Gesundheit ihrer Kinder geht, schauen Mütter deshalb  
aufmerksamer hin und hören besser zu.**

# Die kreative Lösung und Umsetzung.

Kinderschuhe in der richtigen Grösse kaufen endlich einfach gemacht: mit dem Vögele-Shoes-Kinderschuh-Rechner. Alle im Online-Shop verfügbaren Kinderschuhe wurden dazu exakt von Hand nachvermessen, werden im Webshop nun in der realen Grösse angezeigt – und können so in der perfekt passenden Grösse bestellt werden (Mehrwert). Ohne lästigen und kostspieligen Umtausch. Die dazugehörige Kampagne zeigt Müttern auf emotionale Weise, was das für die Gesundheit ihrer Kinder bedeutet – und aktiviert sie zu einem Besuch im Vögele-Shoes-Online-Shop.

Mit einer simplen, aber effizienten Kampagnenstrategie aktiviert Vögele-Shoes Mütter zu Besuchen im Online-Shop und in den Filialen.

**1. TV-Spot emotionalisiert und aktiviert:** Während vier Wochen (August-September 2017) und mit nur 100 GRP-Wochendruck bewegt Kids by Vögele-Shoes Mütter zu einem Besuch des E-Shops.

**2. Display-Advertising erinnert und reaktiviert:** Bereits durch den TV-Spot erreichte Mütter werden Online an den neuen Vögele-Shoes-Service erinnert und mit einem Klick (re)aktiviert.

**3 Kids by Vögele-Shoes Website und ein iPad für die Verkaufsmannschaft konvertiert:** Ein Kids-Portal mit dem Kinderschuh-Rechner sowie Blog-Artikeln rund um gesunde Kinderfüsse konvertieren Besuche zu Käufen. Das gleiche Tool wird auch dem Verkaufspersonal in den Filialen zur Verfügung gestellt.

# Das Ergebnis.

Die Schuhrechner-Kampagne von Kids by Vögele-Shoes aktiviert die anvisierten Frauen mit einer Trojaner-Mechanik während des Kampagnenzeitraums auf allen fünf KPIs mit grossem Erfolg:

**+153% Umsatz Online-Shop Damen:** Die Kampagne trägt direkt zu einer sehr deutlichen Umsatzsteigerung (+153%) bei. On top: +121% bei den Kinderschuhen.

**-40% Retouren:** Die Retouren gehen dank besserer Grössenberechnung und geringerem Umtauschbedürfnis um fast 40% zurück.

**+46% Umsatz bei Damen:** Der «Research online, purchase offline»-Effekt wird deutlich sichtbar: Über die parallele Steigerung des Filialgeschäfts kann Vögele-Shoes das Umsatzminus der Vormonate nicht nur ausgleichen, sondern im Kampagnenzeitraum um total (Online und Filialen) +46% bei den Frauen steigern. On top: +26% bei den Kindern.

Mit der Kinderschuh-Rechner-Kampagne zeigt Vögele-Shoes dem Markt, wie man mit einer cleveren Mechanik Frauen gezielt aktivieren und auch gegen scheinbar übermächtige Gegner wie Zalando effizient und effektiv punkten kann.

# Der Erfolg.

## Rentabilität:

**Umsatzsteigerung Online-Shop Damen:** Der Umsatz mit Damenschuhen wächst während der Aktivierungskampagne um +153% (!). Das entspricht einer Zielübertreffung von +60.5%.

Quelle: Vögele-Shoes-Reporting.

**Umsatzsteigerung Total Damen (Filialen und Online):** Der Umsatz mit Damenschuhen wächst während der Aktivierungskampagne auch gesamthaft. Um +45%, was eine Zielübertreffung von +22.6% bedeutet.

Quelle: Vögele-Shoes-Reporting.

**Umsatzsteigerung Online-Shop Kinder:** «On top» des Frauenziels wächst der Umsatz mit Kinderschuh während der Aktivierungskampagne um +121% (!). Das entspricht einer Zielübertreffung von +92%.

Quelle: Vögele-Shoes-Reporting.

**Umsatzsteigerung Total Kinder (Filialen und Online):** «On top» des Frauenziels, wächst der Umsatz mit Kinderschuh während der Aktivierungskampagne auch gesamthaft. Um +26%, was eine Zielübertreffung von +19.6% bedeutet. Quelle: Vögele-Shoes-Reporting.

**Reduktion Retourenquote:** Mit -39% weniger Retouren beim Online-Shopping übertrifft Vögele-Shoes das Ziel um das Doppelte und erhöht die Gewinnmarge auf den verkauften Schuhen signifikant.

Quelle: Vögele-Shoes-Reporting.

# Erfolgsausweise

Kinderschuhe in der richtigen Grösse kaufen endlich einfach gemacht: mit dem Vögele-Shoes-Kinderschuh-Rechner. Alle im Online-Shop verfügbaren Kinderschuhe wurden dazu exakt von Hand nachvermessen, werden im Webshop nun in der realen Grösse angezeigt – und können so in der perfekt passenden Grösse bestellt werden. Ohne lästigen und kostspieligen Umtausch. Die dazugehörige Kampagne zeigt Müttern auf emotionale Weise, was das für die Gesundheit ihrer Kinder bedeutet – und aktiviert sie zu einem Besuch im Vögele-Shoes-Online-Shop.

Mit einer simplen, aber effizienten Kampagnenstrategie aktiviert Vögele-Shoes Mütter zu Besuchen im Online-Shop und in den Filialen.

**1. TV-Spot emotionalisiert und aktiviert:** Während vier Wochen (August-September 2017) und mit nur 100 GRP-Wochendruck bewegt Kids by Vögele-Shoes Mütter zu einem Besuch des E-Shops.

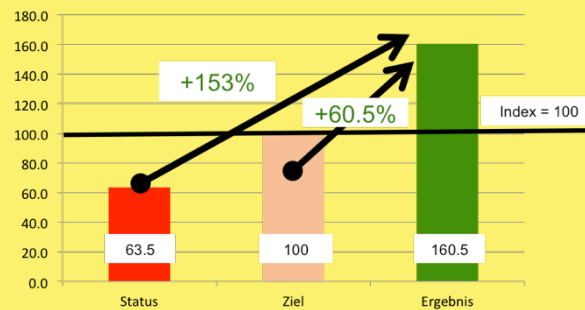
**2. Display-Advertising erinnert und reaktiviert:** Bereits durch den TV-Spot erreichte Mütter werden Online an den neuen Vögele-Shoes-Service erinnert und mit einem Klick (re)aktiviert.

**3 Kids by Vögele-Shoes Website und ein iPad für die Verkaufsmannschaft konvertiert:** Ein Kids-Portal mit dem Kinderschuh-Rechner sowie Blog-Artikeln rund um gesunde Kinderfüsse konvertieren Besuche zu Käufen. Das gleiche Tool wird auch dem Verkaufspersonal in den Filialen zur Verfügung gestellt.

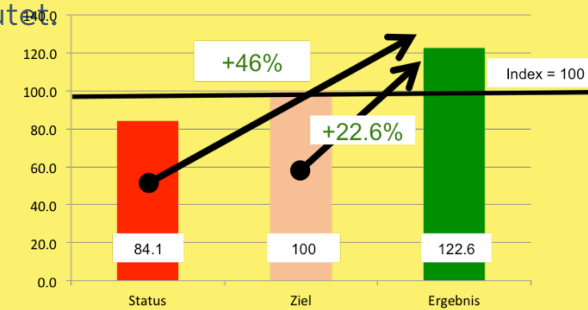


# Erfolgsausweise im Detail.

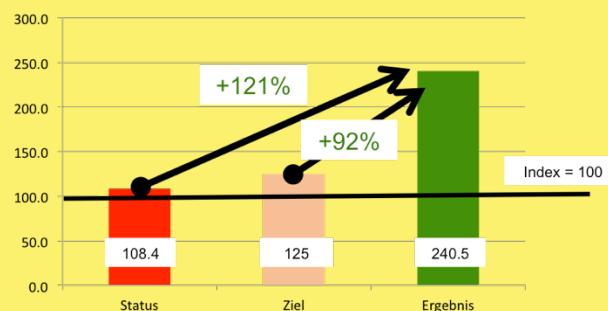
1. **Umsatzsteigerung Online-Shop Damen:** Der Umsatz mit Damenschuhen wächst während der Aktivierungskampagne um +153% (!). Das entspricht einer Zielübertreffung von +60.5%.



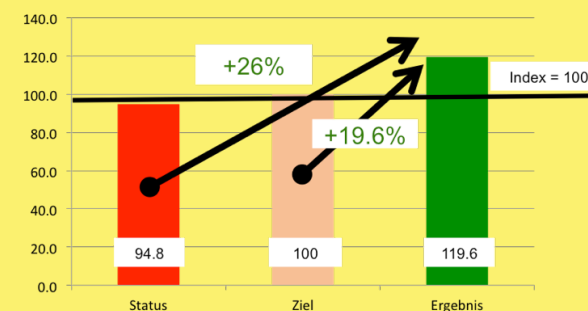
2. **Umsatzsteigerung Total Damen (Filialen und Online):** Der Umsatz mit Damenschuhen wächst während der Aktivierungskampagne auch gesamthaft. Um +45%, was eine Zielübertreffung von +22.6% bedeutet.



3. **Umsatzsteigerung Online-Shop Kinder:** „On top“ des Frauenziels wächst der Umsatz mit Kinderschuhen während der Aktivierungskampagne um +121% (!). Das entspricht einer Zielübertreffung von +92%.



4. **Umsatzsteigerung Total Kinder (Filialen und Online):** „On top“ des Frauenziels, wächst der Umsatz mit Kinderschuhen während der Aktivierungskampagne auch gesamthaft. Um +26%, was eine Zielübertreffung von +19.6% bedeutet.



# Erfolgsausweise im Detail.

5. **Reduktion Retourenquote:** Mit -39% weniger Retouren beim Online-Shopping übertrifft Vögele-Shoes das Ziel um das Doppelte und erhöht die Gewinnmarge auf den verkauften Schuhen signifikant.

