

Wiethe Group justiert ihr Angebot und holt Timo Gerlach als COO



Nachdem die Wiethe Group 2014 ihren Umsatz um mehr als 5 % auf 24,5 Millionen Euro Umsatz gesteigert hatte, meldet sie für das 1. Quartal 2015 ein Plus von gut 4 % zum Vorjahreszeitraum (gut fünf Millionen Euro Umsatz). "Auch wenn der Wettbewerb durch Zukäufe und investorengestützte Agenturen unter den Top 10 immer härter wird, fühlen wir uns sehr gut für die Zukunft aufgestellt", so Markus Wiethe, Gründer und Inhaber der gleichnamigen Agentur.

Der Dienstleister mit Sitz in Georgsmarienhütte wächst vor allem in den Bereichen Foto, Content, Beratung und Multichannel-Lösungen stark. "Nach 15 Jahren E-Commerce ist der Onlineshop als solches zwar immer noch von großer Bedeutung, spielt aber bei Weitem nicht mehr die Hauptrolle in unserem Business-Modell. Vielmehr geht es um Themen wie Marketing-Effizienz, Warensteuerung, Bild und Text sowie die Nutzung des Smartphones und die Digitalisierung der Fußgängerzone", führt Christian Cromme, Mitinhaber der Group und verantwortlich für den Bereich Technik/Entwicklung, weiter fort.

Dieser Ausrichtung wird Wiethe auch mit einer Neubesetzung des COO der Wiethe Group gerecht: Timo Gerlach, 35, ist gekommen. Zuvor hat er 15 Jahre bei dem multimedialen Versandhändler und Europas Marktführer im TV-Verkauf QVC gearbeitet. "Was QVC den meisten Onlineanbietern deutlich voraus hat, ist die Konzentration auf das Produkt und die Argumentation über die Produktvorteile. Wird der Kunde im E-Commerce mit Auswahl nahezu überschüttet und die einzigen Argumente sind Preis, Lieferzeit und Versandkosten, so konzentriert sich QVC auf das Wesentliche – den Verkauf und die Emotionalität eines ganz bestimmten Produkts", sagt Timo Gerlach.

Markus Wiethe führt aus: "Wir leiden an einem deutlichen Warenüberschuss und permanenter Verfügbarkeit von Konsumgütern. Wir wollen weg von Preisargumentationen zurück zur Emotionalisierung des Produktes." In den letzten 15 Jahren sei die Wiethe Group stetig gewachsen, was sie vor allem der Marktanpassung zu verdanken habe. Dank flacher Hierarchien konnte sie sich schnell den Bedürfnissen am Markt anpassen. So hat die Group zum Beispiel nicht auf die hauseigene Printagentur verzichtet und diese in den letzten zwei Jahren zum Corporate Publisher und Fullservice-Anbieter für Magazine und Magaloge ausgebaut.

Verantwortlich für diesen Bereich zeichnet Stephan Spies, der erst vor Kurzem von der Agentur wrw united vom Rhein an die Hase (Georgsmarienhütte) wechselte. "Die Überhäufung mit Onlinemarketing-Botschaften sorgt dafür, dass Print wieder eine deutlich stärkere Position im Marketing-Mix spielt. Wiethe ist mit seiner Fashion-Expertise und abverkaufsorientierter Denkweise genau der richtige Partner für Marke und Handel", sagt Stephan Spies. Prominentester Kunde der 20 Mitarbeiter starken Unit Wiethe Kommunikativ ist der Versandhandel für Fashion- & Living-Artikel Impressionen GmbH in Wedel/Hamburg.

Gesamt beschäftigt die Wiethe Group 230 Mitarbeiter an den Standorten Hamburg, Bremen und Georgsmarienhütte. Betreut werden Kunden wie Tom Tailor, Blue Seven, Hugo Boss, Adidas, P&C Nord, Marc Cain, Impressionen oder Galeria Kaufhof in den Bereichen E-Commerce, Mobile, Film & Foto, Content und Corporate Publish

(rk) 30.04.2015

Quelle <http://www.new-business.de>