

22.03.2023 - 09:31 Uhr

BabyOne Familienunternehmer Anna Weber und Jan Weischer gründen D2C-Label



Münster (ots) -

BabyOne, Omnichannel-Unternehmen für Baby und Kleinkindbedarf mit über 100 Filialen in der DACH-Region richtet seine Eigenmarkenstrategie komplett neu aus. Die beiden Familienunternehmer Anna Weber und Jan Weischer starten das eigenständige Label "Elsa & Emil" und gründen dafür ein Start-Up-Unternehmen. Auch die bisherige BabyOne Handelsmarke B.O. wird strategisch neu positioniert: Das klassische Whitelabel-Konzept im Preiseinstiegssegment erhält ein Rebranding unter dem Namen "Little One", das Sortiment wird sukzessive ausgeweitet und die Handelsmarke wird stärker an die Dachmarke BabyOne angebunden.

Der Markt der Handelsmarken boomt. Gleichzeitig werden immer mehr Hersteller selbst zu Händlern und setzen ihre Produkte im Direktvertrieb ab. "Um uns klar vom Wettbewerb zu differenzieren, richten wir strategisch unser Eigenmarkengeschäft komplett neu aus. Wir haben die letzten zwei Jahre intensiv daran gearbeitet und können dieses Jahr endlich durchstarten", erklärt BabyOne Co-CEO Jan Weischer. Die neue BabyOne Eigenmarkenstrategie fußt auf zwei Säulen: Zum einen auf dem Aufbau eines D2C-Geschäftsmodells mit der neu geschaffenen Marke "Elsa & Emil", benannt nach den Kindern von Anna Weber und Jan Weischer. Zum anderen wird die bisherige BabyOne Handelsmarke B.O. in "Little One" umbenannt, neu strukturiert sowie sortimentsseitig im BabyOne-Franchiseverbund ausgebaut.

Gründung eines eigenständigen Labels "Elsa & Emil"

Losgelöst von der Dachmarke BabyOne, aber mit der gesamten Expertise von über 30 Jahren Handel mit Baby- und Kleinkindausstattung im Gepäck, gründen die beiden Familienunternehmer und Geschwister Anna Weber und Jan Weischer ein Start-Up, um eine starke, zeitgemäße Marke im Mittelpreissegment für alle jungen und werdenden Familien auf den Markt zu bringen. Das Start-Up beschäftigt ein Team von sechs Mitarbeitern. Bei der Produktentwicklung setzen die beiden Gründer auf die Expertise ihrer Franchisenehmer und Fachberater der BabyOne-Märkte. In strategischen Fragen, Tech-Know-how und in der Vermarktung unterstützt der in 2020 an Bord geholte Beirat aus renommierten Start-Up-Unternehmer*innen.

Das Ergebnis ist eine Marke mit nachhaltigen, durchdachten Produkten, die einen hohen Qualitätsstandard aufweisen. Als erstes Produkt lanciert Elsa & Emil einen markeneigenen Kinderwagen mit ergänzenden Accessoires wie zum Beispiel Rucksäcken, Organizer, Regen- und Insektenschutz. Der Kinderwagen setzt auf hochwertiges Design, das sonst eher in höheren Preiskategorien zu finden ist und legt einen klaren Fokus auf Nachhaltigkeit: So sind alle verwendeten Textilien zu 100 Prozent aus nachhaltigen und rückverfolgbaren Rohstoffen gefertigt. Die Kunststoffteile sind aus GRS zertifiziertem Material und zu einem Anteil von 30 Prozent recycelt. Zudem setzt Elsa & Emil auf Transparenz in der gesamten Lieferkette und legt sehr viel Wert auf Langlebigkeit. "Wir haben immer wieder erlebt, dass Nachhaltigkeit in Kombination mit Design, Qualität und Funktionalität im Markt für Babyprodukte aktuell vorrangig im hochpreisigen Segment verfügbar ist. Das ändern wir jetzt und bringen Produkte mit genau diesen Merkmalen zu fairen Preisen auf den Markt", erklärt Unternehmerin Anna Weber.

Verkaufsstart ist am 13. April 2023. Der Elsa & Emil Kinderwagen ist exklusiv im Online-Shop (elsa-emil.de), in allen BabyOne Fachmärkten sowie im BabyOne Online-Shop (babyone.de) erhältlich. Der Markenaufbau und die Vermarktung erfolgt hauptsächlich über Social Media Kanäle und Influencer-Kooperationen sowie in den BabyOne Stores. Weitere Produkte im Bereich der Mobilität und andere Warengruppen werden folgen. Der Fokus liegt auf nachhaltig durchdachten Produkten im mittleren Preissegment mit hohen Qualitätsstandards und transparenten Lieferketten.

Stärkung und Rebranding der BabyOne Eigenmarke

Die bisherige Eigenmarke "B.O." wird durch die Marke "Little One", die im niedrigen bis mittleren Preissegment positioniert ist, sukzessive abgelöst. Das Eigenmarken-Sortiment, das sich bisher mit den vier Subbrands B.O. Startklar, B.O. Traumzeit, B.O. Wirbelwind, B.O. Spielraum auf die Sortimente Kinderwagen, Babytextil und -bekleidung sowie Spielwaren beschränkte, wird nach und nach auf alle Warengruppen rund um die Baby- und Kleinkindausstattung erweitert. "Unsere Marke Little One steht für Produkte, die speziell auf die Anforderungen für den Alltag mit Babys und Kleinkindern ausgerichtet sind und das zu einem Top Preis-Leistungsverhältnis", erklärt Anna Weber. "Little One setzt sich sowohl im Preis, in der Zielgruppe, als auch im Sortiment deutlich von Elsa & Emil ab. Unsere Eigenmarkenstrategie kuratiert in einem ganzheitlichen Ansatz die Bedürfnisse und Erwartungen unserer Kunden."

Über BabyOne

BabyOne ist seit über 30 Jahren der führende Omnichannel-Anbieter für Baby- und Kleinkindprodukte im Franchisesystem in der DACH-Region. Das Unternehmen bietet werdenden und jungen Familien eine weitreichende Produktpalette aus Eigen- und Fremdmarken sowie individuelle Serviceangebote - vor Ort, in einem der 27 Eigenmärkte oder 76 Franchisemärkte sowie digital über den BabyOne Online-Shop. BabyOne wird als inhabergeführtes Familienunternehmen in zweiter Generation von Dr. Anna Weber und Dr. Jan-Willem Weischer geführt. Das Unternehmen beschäftigt über 1.400 Mitarbeitende in der Zentrale, den Eigen- sowie Franchisemärkten. Die BabyOne Franchise- und Systemzentrale GmbH hat ihren Sitz in Münster.

Pressekontakt:

Vera Vaubel
Vaubel Medienberatung
Telefon: +49-160-8472068
E-Mail: medienberatung@vaubel.de

Angelina Cimino
Marketing BabyOne
Telefon: +49 (251) 7887-130
E-Mail: angelinacimino@babyone.de

Medieninhalte



Im Rahmen einer kompletten Neuausrichtung der Eigenmarkenstrategie steigt BabyOne in das D2C-Geschäft ein. Die Familienunternehmer und Geschwister Anna Weber und Jan Weischer gründen dafür ein Start-Up und bringen das auf Design, Qualität und Nachhaltigkeit ausgerichtete Label "Elsa & Emil" auf den Markt. Als erstes Produkt wird ein Kinderwagen mit ergänzenden Accessoires wie zum Beispiel Rucksäcke, Organizer, Regen- und Insektenschutz lanciert. Verkaufsstart ist am 13. April 2023. / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/51455 / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100095167/100904784> abgerufen werden.