



Sehr geehrte Damen und Herren,

viel hat sich getan in den letzten Wochen und Monaten. Wir möchten uns an dieser Stelle aus Köln melden und über Rahmen sowie Inhalte der Neupositionierung von REFLECTS® berichten. Obwohl unser Projekt gut voranschreitet, ist es COVID-19-bedingt zu Verzögerungen gekommen. Im Laufe des langen Zeitraums haben wir vor allem durch die stark eingeschränkten Kommunikationsmöglichkeiten mit unseren KundInnen gelitten. Ihnen geht es sicher ähnlich. Vielleicht auch deswegen erreichten uns viele Fragen und offenbarten sich einige Missverständnisse zu unserer Neuausrichtung. Nun erhalten Sie mit diesem Schreiben alle Informationen zum aktuellen Stand unserer Maßnahmen.

Bereits 2018 verspürten wir den Wunsch, unsere Geschäftstätigkeit einer strengen Prüfung zu unterziehen und kritisch zu betrachten. Was mit der Renovierung der Produktion begann, wuchs sich schnell zu einem umfangreichen Repositionierungskonzept aus. Externe Unterstützung erfuhren wir dafür vom Deutschen Institut für Marketing und der Unternehmensberatung Nexpert. Nach umfangreichen Analysen, die in vielen Teammeetings mit unseren MitarbeiterInnen, den externen Profis und auch KundInnen durchgeführt wurden (Expertenworkshop hier in Köln, strukturierte Kundenbefragungen) stellten wir fest, dass hauptsächlich in den folgenden Bereichen ein Handlungsbedarf zu verzeichnen war:

- Produkte, Sortiment, Auftritt am Markt
- Einkauf, Sourcing im Allgemeinen
- Marketing, Produktmanagement
- Verkauf und VertriebsmitarbeiterInnen in der Eigenschaft als Problemlöser
- Prozessmanagement in Verbindung mit dem ERP
- Produktmanagement
- Vertrieb
- Nachhaltigkeit

Welche Maßnahmen haben wir bis heute getroffen?

- Reduktion des Produktsortiments von über 2.000 auf gut 400 Artikel. Gleichzeitig haben wir für unsere Artikel der Zukunft die Lagerbestände deutlich hochgefahren. Ausverkaufsartikel, obwohl zum Teil gerade erst eingeführt, werden zu reduzierten Preisen verkauft.
- REFLECTS® wird als führende Marke bei allen Produkten abgelöst, vier neue Spezialisten-Marken (RETUMBLER® - Best of Drinkware, REEVES® - Smart Electronics, RETIME® - Cool watch Concepts und RE98® - Classics & Ideas) gegründet und in den Markt eingeführt.
- Für jede Marke ein striktes Sortiment unter strategischen Gesichtspunkten (Sortimentsbereiche, -tiefe, -wertigkeit, Preispunkte und Services) definiert
- Produktinnovationsstrategien definiert
- Kooperation mit einem renommierten Designer in Deutschland, eigene Designer in Köln und Hongkong mit dem Ziel eine eigene Designhandschrift zu etablieren
- Schaffung einer WOW-Produktstrategie, deren Ziel es ist, „signature products“ in definiertem Umfang am Markt zu etablieren. Diese Produkte sollen anders sein und Spaß machen.
- Die Marketingabteilung umgebaut, eine ganz neue Art der Fotoqualität eingeführt, Verantwortlichkeit für digitales Marketing vergeben
- Programmierung erster Online-Konfiguratoren
- Mit myBayamo, myNizza und myKingston die ersten WOW-Produkte im RETUMBLER®- Sortiment eingeführt
- Weitere konfigurierbare WOW-Produkte für die anderen Markensortimente definiert
- Ein vollständig neues Konzept zur Vermarktung von Uhren erstellt

reflects.

- Eine weitere Marke, RE98®, welche die Kernwerte von LM wieder aufgreift, ist im August eingeführt worden.
- Auflösung des operativen Einkaufs zugunsten der Integration im Vertrieb für mehr Geschwindigkeit, Beratungskompetenz und Priorisierung
- Etablierung Produktmanagement mit drei Produktmanagern
- Deutliche Reduktion des Lieferantenstamms
- Analyse und Optimierung des gesamten Prozessmanagements
- Auflösung des Außendienstes
- Trennung des Vertriebs in Phase 1 nach Prozessen (Lager, Import), um die neuen Aufgaben optimaler schulen zu können. In Phase 2 werden diese kundenbezogen wieder zusammengelegt
- Unterteilung des Vertriebs in Order Management und Sales im Sinne einer effektiveren Kundenansprache
- Organisatorische Verankerung des Nachhaltigkeitsgedanken. Zertifizierung nach Ökoprofit im ersten Schritt
- Weitere Zertifizierungsschritte nach unterschiedlichen Standards, u.a. ISO 9001 und 14001 in Planung

Was haben wir uns für die Zukunft noch vorgenommen?

Wir möchten zu einem der interessantesten und wertgeschätztesten Multispezialisten in Europa werden. Unsere Produkte sind faszinierende Bühne für werbetreibende Unternehmen, auf der Ihre Botschaften liebevoll, hochgradig professionell und nachhaltig in Szene gesetzt werden können.

Wir möchten daher:

- Unser Engagement im **Innovationsmanagement für Produkt- und Serviceentwicklung** deutlich verbessern und ständig ausbauen
- Wir möchten dem Handel in einem viel höheren Maße als bisher **Verkaufshilfen** an die Hand geben.
- Wir möchten für Kunden, die es schätzen, schon bald **sehr viel digitaler** sein.
- Wir werden weiterhin stark an den Prozessen arbeiten, um immer **besser, schneller und genauer** zu werden.
- Wir möchten im Vertrieb ein sehr **geschätzter und guter Partner für den Handel** sein.
- Wir möchten in puncto **Nachhaltigkeit** Maßstäbe setzen. CO₂-Neutralität durch Reduktion des Fußabdrucks und ergänzende Kompensation ist unser Ziel. Verpackungen sollen verschwinden oder intelligenter werden.
- Wir möchten unsere ohnehin schon geschätzte Qualität in Verbindung mit der **Verkehrsfähigkeit** weiter ausbauen.
- Wir möchten bei **Lieferfähigkeit und Veredelung** noch besser und leistungsfähiger werden.

Wir hoffen sehr, Ihnen mit dieser Information ein umfangreiches Bild gegeben zu haben und werden Sie auch in Zukunft regelmäßig über unsere Fortschritte auf dem Laufenden halten.

Gerne können Sie jederzeit auch persönlich mit uns in Verbindung treten, Ihre Fragen stellen und Anregungen weitergeben. Wir freuen uns sehr darauf!

Mit freundlichem Gruß



Meinhard Mombauer
Geschäftsführer



Peter Leseberg
Leiter Marketing & Vertrieb