

PRESSEMITTEILUNG

BIRKENSTOCK steigt ins Lizenzgeschäft ein

**Erschließung neuer Geschäftsfelder, Märkte und Zielgruppen /
exklusive Kooperation mit TM1 trademark one AG**

Neustadt (Wied), 30. Juli 2014 – BIRKENSTOCK steigt ins Lizenzgeschäft ein. Der Komfortschuhhersteller wird mithilfe von Lizenz-Kooperationen neue strategische Geschäftsfelder, Märkte und Zielgruppen erobern. Bei der Line-Extension liegt das Hauptaugenmerk auf vier Themenwelten, die perfekt zum Markenkern von BIRKENSTOCK passen: Gesundes Schlafen und Wohnen, gesunde Arbeitswelt, gesunde Füße sowie Laufen und gesunde Lebenseinstellung. Die Lizenzpartnerschaften sind dabei sehr langfristig ausgelegt. Bei der Auswahl der Lizenznehmer und der Entwicklung der Produkte stehen Qualität und Funktion im Vordergrund. Dem Einstieg ins Lizenzgeschäft ist ein umfassender Evaluierungsprozess vorausgegangen, der eine hohe Affinität der Marke zu neuen Produkten nachgewiesen hat. Beraten wird BIRKENSTOCK dabei von der TM1 trademark one AG. trademark one ist von BIRKENSTOCK exklusiv damit beauftragt, das weltweite Lizenzgeschäft aufzubauen.

„Der Einstieg ins Lizenzgeschäft ist Teil unserer Wachstums- und Investitions-offensive, die wir im vergangenen Jahr gestartet haben“, sagt Oliver Reichert, CEO der BIRKENSTOCK Group. „Dieser Schritt kommt zu einem Zeitpunkt, in dem unser gesundes Kerngeschäft auf Hochtouren läuft und unsere Marke weltweit einen sehr hohen Zuspruch erfährt. Damit wachsen aber auch die Erwartungen, die unsere Kunden an uns als Global Brand stellen.“ Markus Bensberg, CEO der BIRKENSTOCK Group ergänzt: „An Lösungen für das gesunde Gehen und Stehen haben sich unsere Kunden gewöhnt. Jetzt erwartet sie von unserer Marke auch Lösungen von Kopf bis Fuß, für den Tag ebenso wie für die Nacht. Das hat unsere Evaluierung ergeben.“

BIRKENSTOCK ist einer der bekanntesten und erfolgreichsten Footwear-Brands weltweit und mit einer Historie von 240 Jahren zugleich eines der traditionsreichsten Unternehmen der Branche. Das kerngesunde Familienunternehmen ist ein Global Player – die Produkte werden in über 80 Ländern der Welt verkauft. In den USA wurde die Marke 2013 zum „Brand of the Year“ gekürt.

Was nur wenige wissen: BIRKENSTOCK hat nicht nur das Fußbett als solches erfunden, sondern auch das Wort „Fußbett“. Als eine von wenigen globalen Gattungsmarken deutscher Herkunft hat BIRKENSTOCK mit der Einführung der Kork-Tieffußbett-Sandale vor einem halben Jahrhundert nicht nur ein neues Marktsegment begründet. BIRKENSTOCK verfügt auch über eine hohe Glaubwürdigkeit bei Markenwerten wie Qualität, Funktion und Komfort sowie eine sehr hohe Kundenloyalität. Das belegt auch eine aktuelle Markenstudie

von Nielsen. Die Line-Extension soll die Nachfrage der Kunden nach neuen, innovativen Produkten abdecken und auf diese Weise das unausgeschöpfte wirtschaftliche Potenzial der Marke erschließen. Gleichzeitig soll der Schritt das Kerngeschäft stärken, indem auch neue Zielgruppen angesprochen werden.

BIRKENSTOCK als Sinnbild bewusster Lebensweise

„Der Anstoß für unsere Entscheidung, in neue Geschäftsfelder einzusteigen, kommt von unseren Partnern im Handel und unseren Kunden“, so Markus Bensberg zu den Hintergründen der Line-Extension. „Für viele unserer Kunden ist unsere Marke viel mehr als nur ein Synonym für gesunde und bequeme Komfortschuhe. Sie ist zugleich auch Sinnbild für eine bewusste Lebensweise.“ Oliver Reichert fügt hinzu: „Ausgewogene Ernährung, ökologisches Denken und Handeln, aktive Freizeitgestaltung, Familie mit Kindern, Haustiere und eine fundierte Ausbildung haben eine außerordentlich hohe Stellung für unsere Kunden. Deshalb ist es nur konsequent, wenn wir unser Produktangebot in diese Bereiche ausdehnen.“

Umgesetzt wird der Einstieg in neue Geschäftsfelder in Form von langfristig ausgelegten strategischen Lizenz-Kooperationen mit Unternehmen, die in ihren jeweiligen Segmenten wie BIRKENSTOCK eine Produktphilosophie verfolgen, die vor allem auf hohe Qualität und Funktionalität baut – das Marktpotenzial für Lizenzprodukte ist beträchtlich, wie die interne Evaluierungsstudie belegt.

„Unternehmen, die von Beginn an an der Verwertung der Marke beteiligt sind, eröffnen sich immense Chancen“, sagt Michael Caudera, Vorstand der TM1 trademark one AG. „BIRKENSTOCK ist ein echter Glücksfall im globalen Lizenzgeschäft. Es gibt kaum eine Weltmarke die außerhalb ihres Kerngeschäfts noch nicht einmal ansatzweise ausgewertet ist und gleichzeitig so eine starke Markenidentität besitzt. Das eröffnet uns bei der Ausgestaltung der Lizenz-Kooperationen ein hohes Maß an wirtschaftlichem Potenzial für beide Partner.“

Über BIRKENSTOCK

BIRKENSTOCK ist eine deutsche Erfolgsgeschichte. Die historischen Wurzeln des Familienunternehmens lassen sich bis ins Jahr 1774 zurückverfolgen: Johann Adam Birkenstock wird im kirchlichen Archiv der hessischen Stadt Langenbergheim als „Untertan und Schuhmacher“ erwähnt. Rund 120 Jahre später (1896) eröffnet Konrad Birkenstock in Frankfurt am Main zwei Schuhfachgeschäfte und startet mit der Herstellung von Fußbetteinlagen. 1963 kommt das erste Paar Sandalen auf den Markt, das die Welt im Sturm erobert: das Modell „Madrid“. 1982 folgen die ersten fünf Modelle der Zehensteg-Sandale. Über die Jahre wächst das Sortiment weiter an – auf aktuell rund 800 Modelle. Seit gut 40 Jahren ist **BIRKENSTOCK** ein Global Player: Die überwiegend in Deutschland gefertigten Produkte werden in mehr als 80 Ländern verkauft. Sitz der Verwaltung der **BIRKENSTOCK** Gruppe ist Neustadt (Wied). Das Unternehmen ist in Deutschland an sieben Standorten in Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz, Hessen und Sachsen vertreten und beschäftigt weltweit rund 2.000 Mitarbeiter.

Weitere Informationen unter www.birkenstock.com.

Über TM1 trademark one

Die TM1 trademark one AG wurde 2006 von Michael Caudera gegründet und wird seitdem von ihm als Geschäftsführender Gesellschafter geführt. Das international tätige Unternehmen ist auf die Beratung von Unternehmen und Marken aus den Gebieten Sports, Personality und Lifestyle ausgerichtet. Die Philosophie: Neue Märkte und Erlöspotenziale erschließen, Marken nachhaltig stärken.

Die TM1 trademark one entwickelt und implementiert Vermarktungskonzepte für Unternehmen und Marken über deren angestammtes Geschäft hinaus, um mit Hilfe von Lizenz- und Medien-Kooperationen neue Märkte und Erlöspotenziale zu erschließen.

Weitere Informationen unter www.trademark-one.de.

Kontakt:

Birkenstock GmbH & Co. KG
BIRKENSTOCK Campus, 53577 Neustadt/Wied
Weitere Informationen unter www.birkenstock.com.

Ansprechpartner für die Presse:

Jochen Gutzy, Head of Communications
Tel.: +49 2683 9359 1241
jgutzy@birkenstock-group.com

Sollten Sie den Presseservice von BIRKENSTOCK nicht mehr in Anspruch nehmen wollen, senden Sie bitte eine E-Mail mit dem Betreff „Abbestellen“ an media@birkenstock.com.