

## **Alois Scherrer AG, Textillogistik und Transporte, St. Margrethen**

### **Projekt: Vom 0815-Transportler zum Spezialist für Textillogistik**

Diese Marketingoffensive zur Neupositionierung in der Textillogistik hat den Bekanntheitsgrad der Scherrer AG, sowie relativ neue Dienstleistungen in den Marktsegmenten Sport und Mode, frappant gesteigert. Die totale Umpositionierung des Unternehmens war ein Risiko, das erfolgreich bestanden wurde.

Involvierte Agentur: Agentur am Flughafen AG, Altenrhein.

### **Scherrer drückt auf den Reset-Knopf und wagt etwas ganz Neues**

Bis vor einiger Zeit war die Alois Scherrer AG ein herkömmliches Transportunternehmen, das Stückgut beförderte. Seit rund zwei Jahren hat sich das radikal geändert, das Unternehmen hat sich ausschliesslich auf Logistik-Outsourcing-Lösungen für Hersteller und Importeure von Modeartikeln und textiler Sportausrüstung spezialisiert. Scherrer bietet seither die gesamte Logistikleistung vom outgesourceten Lager bis zur Faktura.

### **Mit mutiger Strategie über den „point of no retrun“**

Auf der Suche nach einer Differenzierungsmöglichkeit sowie einer klaren Positionierung hat die Agentur am Flughafen ergründet, dass Scherrers Kernkompetenz, die Textillogistik, in der Branche noch weitgehend unbekannt ist, aber grosses Potenzial aufweist. Damit bewegt sich Scherrer in einer Nische, die nicht nur Standardabläufe bietet, wie die grossen Transportunternehmen. Die Spezialisierung, auf die sich Scherrer nach anfänglichem Zögern voll einliess, brachte den gewünschten Erfolg mit einem signifikanten Wachstum des Unternehmens.

### **Textilindustrie im Fokus**

Die Agentur am Flughafen hat die textile Spezialisierung von Scherrer als Idee entwickelt und aufs Äusserste dramatisiert. Dadurch entstand eine eindeutige Differenzierung zur stückguttransportierenden Konkurrenz. Um die Neupositionierung zu kommunizieren, wurde eine klare Strategie entwickelt, CI, CD und CB wurden gezielt erneuert, eine Markengeschichte mit Key Messages und Key Visuals wurde entwickelt, die Website komplett erneuert, die Scherrer Markenwelt in einer Inseratenkampagne inszeniert, Pressearbeit betrieben und potenzielle Neukunden mit einem Mailing angeschrieben. Dank durchgängiger, integrierter Kommunikation konnte der Umsatz massiv gesteigert, namhafte Unternehmen als Neukunden gewonnen und die Bekanntheit des Unternehmens in der Textil- und Sportbranche signifikant gesteigert werden.

## **Kommunikation und Gesamtdienstleistung als Schlüssel zum Erfolg**

Viele Textil- und Sportausrüstungshersteller wussten nicht, dass es Logistiker gibt, die ausschliesslich ihre Branche bedienen und Gesamtlösungen fürs Outsourcing anbieten. In der Schweiz gibt es nur sehr wenige Spediteure, die diese Dienstleistung anbieten und die relativ komplizierten Prozesse auch bewältigen können. Scherrer hat also eine Marktlücke bedient, in der die Konkurrenz relativ klein ist und das Potenzial durch gezielte Kommunikation noch weiter ausgeschöpft werden kann. Die Zunahme von Online-Shops wird die Nachfrage in Zukunft noch steigen, denn die Webshop-Betreiber haben meistens Platz- und Logistikprobleme. Die können sie bei Scherrer vollkommen outsourcen, weil das Unternehmen vom Bestelleingang über die Lagerung bis hin zu Umtausch und Inkasso alles für seine Kunden abwickelt.

**Fazit:** Mit der neuen Strategie hat Scherrer eine Nische erfolgreich besetzt und ist als kleines Familienunternehmen auf Augenhöhe mit den grossen multinationalen Firmen der Branche aufgerückt. Der Fullservice, den Scherrer bietet, ist Dank der Spezialisierung derzeit so gut wie konkurrenzlos, bindet Kunden und garantiert so eine nachhaltige Entwicklung.

[www.scherrer-textillogistik.ch](http://www.scherrer-textillogistik.ch)  
[www.agenturamflughafen.com](http://www.agenturamflughafen.com)