

Markenumstellung auf Daiber



KOMMUNIKATIONSLEITFADEN für Großhändler, Händler und Partner

Informationsstand: 15.11.2024

Version 2.0

Geschätzte Geschäftspartner aus dem Handel,

die „Älteren“ unter Ihnen werden sich womöglich noch an die Kampagne „Aus Raider wird Twix – sonst ändert sich nix“ erinnern. Wir bei Daiber haben uns nun einen vergleichbaren Schritt vorgenommen, wie 1991 das Unternehmen Mars Wrigley mit ihrem Schokoriegel: Ab dem 1. Januar 2025 fassen wir alle Produkte von JAMES & NICHOLSON und myrtle beach unter der neuen Marke Daiber zusammen.

Mit dieser Umstellung von zwei auf eins möchten wir langfristig Komplexität in unserer weltweiten Produktion, Logistik, im Handel und dem Vertrieb reduzieren – für uns, für Sie und für Ihre Kunden. Außerdem stellen wir durch Verwendung unseres Unternehmensnamens als Produktmarke den Bezug unserer Lösungen zu unserem Hause und unserer Unternehmenshistorie als Dienstleister her. Sprich: Wir stellen uns für die Zukunft auf.

Zum Start der PSI-Messe am 7. Januar 2025 werden wir die Umstellung öffentlich bekanntgeben und auf allen unseren zur Verfügung stehenden Kanälen kommunizieren. Als enge Geschäftspartner informieren wir Sie hiermit vorab über die Details. Uns ist bewusst, dass diese Umstellung Fragen aufwirft und erst einmal Aufwand bedeutet – nicht nur für uns, sondern auch für Sie. Wir bitten Sie herzlich, uns bei diesem Schritt zu unterstützen.

Dieses Dokument dient Ihnen zur Information darüber, was genau diese Umstellung mit sich bringt und was sich für Sie ändern könnte – und auch, was exakt gleichbleibt. Nicht ändern werden sich etwa die Produkte mit ihrer Qualität, ihrer Farb- und Größenvielfalt und ihren Artikelnummern. Ändern wird sich z. B. die Marke auf dem Label. Mit unserer umfassenden Sammlung von Informationen in diesem Dokument beantworten wir sicherlich den wesentlichen Teil Ihrer Fragen.

Uns ist an dieser Stelle wichtig, noch einmal zu betonen: Wir schätzen die vertrauensvolle Partnerschaft zu Ihnen und haben nicht vor, etwas an der Zusammenarbeit zu ändern. Dennoch werden wir uns alle an die Umstellung erst noch gewöhnen müssen. Bitte scheuen Sie sich nicht, bei Fragen und Wünschen mit Ihren Ansprechpersonen bei uns in Kontakt zu treten.

Ihre



Kai Gminder
Geschäftsführer



Christof Kunze
Geschäftsführer

Mit **diesem Kommunikationsleitfaden informieren** wir Sie **transparent über die bevorstehende Markenumstellung auf Daiber**. Im Frage-Antwort-Schema finden Sie nachfolgend thematisch sortierte Informationen zu den für Sie relevanten Bereichen, die von der Umstellung betroffen sind.

Denn **als langjähriger Geschäftspartner kommt auch auf Sie - einmalig - ein Anpassungsaufwand zu**, sodass unsere Markenumstellung auch auf Ihren Kanälen sichtbar werden kann. Wir würden Sie daher herzlich bitten, die nachfolgenden Informationen sorgfältig durchzulesen und zu berücksichtigen.

Sollten Sie Fragen oder Anmerkungen haben, stehen Ihnen Ihre Ansprechpersonen bei uns gerne jederzeit mit Rat und Tat zur Seite. Wir bedanken uns schon jetzt für Ihre Mithilfe.

Inhaltsverzeichnis

Information zur Markenumstellung auf Daiber	4
Positionierung am Markt	4
Zeitplanung	4
Informationen zur Ware	5
Reklamationen und Vertragsretouren	7
Lagerhaltung und Lieferungen.....	8
Anpassungen in Kommunikations- und Werbematerialien.....	8
Externe Systeme	10
Datenhaltung in clxProduct, SKU- und Preislisten	10
Kontakt	11

Information zur Markenumstellung auf Daiber

Bereits seit 2023 arbeiten wir bei Daiber intensiv an unserer Markenwelt. Ziel dabei ist es, unsere Markenwelt attraktiv und zukunftsorientiert zu gestalten – von unseren Werten und Leitbildern bis zum äußerlichen Erscheinungsbild.

In den vergangenen Jahrzehnten sind wir bewusst hinter unseren Produktmarken JAMES & NICHOLSON und myrtle beach zurückgetreten, mit dem Ziel, ein Zeichen an unsere Kunden zu senden: Was zählt, sind Sie, sind Ihre Marken und Ihre Geschichten. Das zentrale Ergebnis der Auseinandersetzung mit unserer eigenen Markenwelt war, dass wir bei Daiber als Unternehmen tolle Werte haben und eine Erfolgsgeschichte erzählen können, die mehr als 100 Jahre zurückreicht. Dabei steht unsere Geschichte dem Fokus auf die Marken und Geschichten unserer Kunden nicht im Weg. Im Gegenteil: Wir leben seit jeher diese Mentalität als Dienstleister. Anderen Marken und Unternehmen zu ausdrucksstarken textilen Auftritten zu verhelfen, steckt in unserer DNA.

Um diese Geschichte erzählen zu können, müssen wir als Daiber aus dem Hintergrund unserer Produktmarken hervortreten. Deshalb haben wir uns dazu entschieden, uns von unseren Marken JAMES & NICHOLSON und myrtle beach zu verabschieden und alle unsere Produkte unter einem neuen Markendach zu vereinen: Daiber.

Unsere Produkte behalten ihre gewohnte Qualität, Funktionalität und Vielseitigkeit bei, während wir den Fokus auf eine klare, einheitliche Markenidentität legen. Alle Designs, Materialien und Produktionsstandards bleiben unverändert und entsprechen weiterhin den hohen Anforderungen, die Sie von uns erwarten.

Positionierung am Markt

1. **Frage:** Wird Daiber nun die Kundenansprache ändern und sich künftig direkt an Endkunden wenden?
Antwort: Nein, wir richten uns weiterhin nicht direkt an Endkunden, sondern gehen den Weg über Sie als unsere langjährigen Partner.

Zeitplanung

1. **Frage:** Wann genau ändert sich etwas hinsichtlich der Markenumstellung auf Daiber?
Antwort: Zur PSI Messe vom 07.01. bis 09.01.2025 findet der große Launch unserer Markenumstellung statt. Dieser wird von einer Kampagne aufmerksamkeitsstark begleitet.
2. **Frage:** Wie lange dauert es, bis die JN-/mb-Labels der gelagerten Artikel durch Daiber-Labels ersetzt werden?

Antwort: Ab 2025 laufen offiziell alle unsere Produkte unter Daiber. Die vollständige Umstellung unserer Artikel – insbesondere beim Thema Produktlabels – wird jedoch einige Zeit in Anspruch nehmen. Schrittweise werden wir Lagerbestände mit Labels der ehemaligen Marken aufbrauchen und bei Nachproduktion oder dem Launch von ganz neuen Artikeln durch Ware mit Daiber-Label ersetzen.

Informationen zur Ware

1. **Frage:** Ändert sich durch die Markenumstellung etwas an Sortiment und Qualität?
Antwort: Nein, das Sortiment und die Qualität bleiben unverändert.
2. **Frage:** Ist nun zwischen „alter“ und „neuer“ Ware zu unterscheiden?
Antwort: Nein, der Artikel per se ist derselbe, egal ob mit den bisherigen oder dem neuen Daiber-Label. Jeder Artikel ist gleichwertig.
3. **Frage:** Wie wird die Ware im Detail angepasst?
Antwort: Neu- und nachproduzierte Ware ab 2025 ist mit einem Daiber-Label versehen. Im Folgenden finden Sie weitere Details zur Anpassung.

NEUE LABEL-KATEGORIEN:

- 1) **NO LABEL:** kein Main Label
 - Separates, kleines Größenetikett im Halsausschnitt als Schlaufenetikett
 - Hang Tag bei allen Artikeln
 - Care Label und Adress-Label in der Seitennaht oder bei Artikeln ohne Seitennaht in der Schulternaht
 - Zutaten generell NICHT personalisiert
- 2) **TEAR-OFF MAIN LABEL:** wird komplett abgeschafft
 - Alle Artikel, die aktuell Tear-off-Label haben, rutschen in die Kategorie NO LABEL –
- 3) **DAIBER TRANSFER-LABEL** in zwei Farben (weiß und blau)
 - Kein separates Größenetikett, da Größe im Transferlabel beinhaltet ist
 - Hang Tag bei allen Artikeln
 - Care Label und Adress-Label in der Seitennaht
 - Zutaten weitestmöglich personalisiert (bis auf vereinzelte Knöpfe)
- 4) **DAIBER WOVEN LABEL – einfach**
 - Separates, kleines Größenetikett im Halsausschnitt als Schlaufenetikett



- Hang Tag bei allen Artikeln
- Care Label und Adress-Label in der Seitennaht
- Zutaten weitestmöglich personalisiert (bis auf vereinzelt Knöpfe)



5) **DAIBER WOVEN LABEL – Schlaufenetikett**

- Separates, kleines Größenetikett im Halsausschnitt als Schlaufenetikett
- Hang Tag bei allen Artikeln
- Care Label und Adress-Label in der Seitennaht
- Zutaten weitestmöglich personalisiert (bis auf vereinzelt Knöpfe)



Alle anderen JN-Artikel:

6) **WORKWEAR-ZUSATZ – „d“ Fähnchen-Etikett**

- Alle Patches entfallen!
- Bei sämtlichen Workwear-Artikeln wird das „d“ Fähnchen-Etikett ergänzt
 - Bei Oberteilen in der Seitennaht oder an Taschennähten
 - Bei Unterteilen an Taschennähten



7) **SOCKEN**

- Kein eingestricktes Logo mehr
- Größen eingestrickt
- Kein Hang Tag
- Neue Banderolen

8) **DECKEN**

- Kein Hang Tag
- Neue Bänderolen

9) **MB-Artikel**

- Hier wird myrtle beach bei den Pflegeetiketten und ggf. bei Stickern durch Daiber ersetzt



4. **Frage:** Erhalten Sie nun vorrangig Ware mit dem Daiber-Label?

Antwort: Nein, nach dem First-in-First-out-Verfahren (FiFo) werden wir nicht gezielt Ware mit dem Daiber-Label versenden, solange es noch Bestand mit JN-/mb-Label gibt.

Reklamationen und Vertragsretouren

1. **Frage:** Können Sie oder Ihre Kunden aufgrund des neuen Daiber-Labels Ware reklamieren?

Antwort: Nein, die Ware ist mit dem neuen Daiber-Label weder optisch noch funktional eingeschränkt. Das Label allein ist daher kein Reklamationsgrund.

2. **Frage:** Können Sie oder Ihre Kunden Lieferungen aufgrund von teils Daiber-Label und teils JN-/mb-Label reklamieren?

Antwort: Nein, solange noch Ware mit JN-/mb-Label Teil des Lagerbestands ist, sind Lieferungen mit gemischten Labeln möglich. Die Ware ist abgesehen vom Label unverändert und gleichwertig.

3. **Frage:** Können Sie oder Ihre Kunden aufgrund der Umstellung Vertragsretouren durchführen?

Antwort: Nein, aber vertragsgemäß darf einwandfreie Ware retourniert werden. Geschieht dies jedoch aufgrund des JN-/mb-Labels, ist es möglich, dass Sie oder Ihre Kunden bei einer Neubestellung erneut Ware mit JN-/mb-Labels erhalten.

Lagerhaltung und Lieferungen

1. **Frage:** Wie gehen Sie mit Restmengen von Ware mit JN-/mb-Label um?

Antwort: Wir bereinigen unser Lager nicht, sondern bauen den hohen Bestand nach und nach aus Gründen der Nachhaltigkeit durch Verkauf ab. Wir bitten Sie, dasselbe zu tun. Erst wenn der Lagerbestand eines Produkts abgebaut ist, wird er nach- bzw. neu produziert – mit dem Daiber-Label.

2. **Frage:** Gibt es ein zeitliches Limit, bis wann Sie maximal Ware mit JN-/mb-Label erhalten?

Antwort: Nein, wir werden unser Lager nicht bereinigen und können daher keinen Stichtag nennen. Unsere Lieferungen an Sie werden solange Artikel mit JN-/mb-Label enthalten, bis der Lagerbestand abgebaut ist.

3. **Frage:** Gibt es ein zeitliches Limit, bis wann Sie maximal Ware mit JN-/mb-Label verschicken dürfen?

Antwort: Nein, wir bitten Sie, Ihren Bestand nicht zu bereinigen, sondern Artikel für Artikel abzubauen.

4. **Frage:** Sollen Sie nun vorrangig Ware mit dem Daiber-Label an Ihre Kunden verschicken?

Antwort: Nein, nach dem First-in-First-out-Verfahren (FiFo) werden wir nicht gezielt Ware mit dem Daiber-Label kommissionieren, solange es noch Bestand mit JN-/mb-Label gibt und bitten Sie, dies ebenfalls zu tun.

5. **Frage:** Haben Ihre Kunden das Recht darauf, nur noch Ware mit Daiber-Label zu erhalten?

Antwort: Nein, wir werden nicht gezielt Ware mit Daiber-Label kommissionieren, solange es vom jeweiligen Artikel noch einen Lagerbestand mit JN-/mb-Label gibt und bitten Sie, ebenfalls nach dem FiFo-Prinzip zu arbeiten. Die Ware ist gleichwertig und wird nicht bevorzugt nach Daiber-Label kommissioniert.

Anpassungen in Kommunikations- und Werbematerialien

1. **Frage:** Erhalten Sie neue Kommunikations- und Werbematerialien gemäß der Markenumstellung auf Daiber von uns?

Antwort: Ja, alle Kommunikations- und Werbematerialien werden gemäß der Markenumstellung auf Daiber aktualisiert und Ihnen zur Verfügung gestellt. Das bedeutet: In allen künftigen Materialien entfallen die Erwähnungen sowie Logos von JAMES & NICHOLSON und myrtle beach. Einziger Absender wird Daiber. Dies gilt sowohl für Print als auch Online.

2. **Frage:** Welche Änderungen müssen Sie auf Ihren eigenen Kanälen und in Kommunikations- und Werbematerialien vornehmen?

Antwort: Für einen einheitlichen Markenauftritt kommt auch auf Sie ein – einmaliger – Anpassungsaufwand zu. Wir bitten Sie, folgende Änderungen bei der nächsten Aktualisierung Ihrer Print-Materialien (Kataloge, PoS-Artikel, etc.) und Online-Kanäle (Websites, Webshops, etc.):

- **Logo aktualisieren:** Wir stellen Ihnen zeitnah unser aktuelles Daiber-Logo zum Download auf der Daiber Media Cloud zur Verfügung und bitten Sie, alle ehemaligen Logo-Varianten (JAMES & NICHOLSON, myrtle beach) damit zu ersetzen.
 - **Artikelnummern:** Bestehende Artikelnummern werden nicht geändert. Auch zukünftig bleiben JN und MB als Teil der Artikelnummer bestehen, um bei Ihnen und Ihren Kunden eine eindeutige Identifikation von Produkten sicherzustellen.
 - **Produktbeschreibungen:** Bitte aktualisieren Sie die Markennennungen in all Ihren Texten auf Daiber. Das gilt insbesondere für Headlines auf Webseiten, Produkt-Beschreibungstexte uvm.
3. **Frage:** Was passiert mit den bereits erstellten Katalogen für 2025? Müssen Sie diese sofort umstellen?
- Antwort:** Nein, die Print-Kataloge müssen nicht direkt angepasst werden. Sie haben bis Ende 2025 Zeit, die Aktualisierung vorzunehmen. Um die Anpassungen auf Ihren Online-Kanälen bitten wir Sie aber so zeitnah wie möglich.
4. **Frage:** Gibt es neue Unternehmenstexte zu Daiber, die Sie auf Ihren Websites aktualisieren müssen?
- Antwort:** Ja, wir bitten Sie, alle Texte auf Daiber umzustellen. Hierfür stellen wir Ihnen unsere aktuellen Texte zeitnah auf der Daiber Media Cloud zur Verfügung.
5. **Frage:** Müssen Sie auch Ihren Messeauftritt bezüglich Daiber anpassen?
- Antwort:** Ja, wir bitten Sie, Ihr Messeinventar von JN/mb auf Daiber umzustellen.
6. **Frage:** Sollen PoS-Artikel weiterhin mit JN-/mb-Logo oder nun mit Daiber-Logo beworben werden?
- Antwort:** Alle PoS-Artikel werden künftig mit Daiber-Logo beworben, JN-/mb-Logos entfallen. Wir werden auch die Bilder in clix-Product austauschen und die Kataloge aktualisieren. Wir bitten Sie, dies zu beachten.

Externe Systeme

- Frage:** Können Sie die Website daiber.de wie gewohnt verwenden?
Antwort: Ja. Unser Online-Auftritt wird jedoch hinsichtlich Landingpages und Marken-Filter zum Jahreswechsel 2024/2025 überarbeitet und auf Daiber umgestellt.
- Frage:** Verändert sich der Online-Shop von Daiber (B-Webshop, daiber.de)?
Antwort: Ja, die Daten werden aktualisiert und der Shop auf Daiber umgestellt.
- Frage:** Kann weiterhin nach den Marken JN/mb in der Daiber Media Cloud gefiltert werden?
Antwort: Nein, zukünftig stehen Ihnen die Marken JN und mb nicht mehr als Filteroptionen zur Verfügung. Stattdessen wird es möglich sein, nach Warengruppen zu filtern.
- Frage:** Wird der Daiber Designer künftig auf Daiber umgestellt?
Antwort: Ja, die Marken JN und mb werden entfernt. Sie und Ihre Kunden können demnach zukünftig individuell Artikel gestalten, die in der Voransicht das Daiber-Label tragen.

Datenhaltung in clxProduct, SKU- und Preislisten

- Frage:** Bleiben die Marken JN und mb in der Datenhaltung in clxProduct erhalten?
Antwort: Nein, als Marke wird künftig nur noch Daiber gehalten. Zudem wird von unserer Seite die Markenzuordnung aller Artikel angepasst. Dies betrifft auch Auslaufartikel.
- Frage:** Verändern sich die SKU-Listen, die Sie in Ihren Katalogen, Webshops usw. abbilden?
Antwort: Ja, die Markenkennzeichnung verändert sich. Lediglich Daiber wird künftig als Marke kommuniziert. Entsprechend entfällt die bisherige Gruppierungsmöglichkeit nach den Marken JN und mb.
- Frage:** Verändern sich die Preislisten für Sie oder Ihre Kunden?
Antwort: Die Preise selbst verändern sich durch die Umstellung auf Daiber nicht. Die Preislisten werden Ihnen jedoch zukünftig nicht mehr nach Marke aufgeteilt zur Verfügung gestellt, sondern nur noch aufsteigend nach Artikelnummer sortiert.
- Frage:** Wie lauten die Artikelnummern zukünftiger Artikel ab Kollektionsstart 2025?



Antwort: Die Artikel im Hauptkatalog 2025 sind noch in der bisherigen Konvention benannt. Bestehende Artikelnummern werden nicht geändert. Zukünftig bleiben JN und MB als Teil der Artikelnummer auch bei neuen Artikeln bestehen.

Kontakt

Wir sind dankbar für Fragen und Anregungen und stehen gerne jederzeit dafür bereit. Bitte wenden Sie sich dafür an Ihren zuständigen Ansprechpartner bei Daiber.