

# Der Baum als Produkt im B2B- und B2C-Bereich



Die Firmengründer Ingmar Brandes und Jasper Müller (r.).

TimTanne integrierte 2016 über 35.000 Nordmannantannen in Kampagnen von Firmen für deren Kunden und Mitarbeiter.

Von Fachredakteurin Liebgard Jennerich

Zwei Schleswig-Holsteiner, Jasper Müller und Ingmar Brandes, beide aus Kattendorf, gründeten vor drei Jahren das Online-Unternehmen TimTanne. Die Idee: Große Firmen bedanken sich bei ihren Kunden und/oder Mitarbeitern mit einem Weihnachtsbaum, einfach nur so oder als zusätzliche Überraschung nach einem Geschäftsabschluss. Große Firmen wie VW, notebooksbilliger.de, Tetesept, Sony, Samsung, Microsoft oder Vodafone haben diesen Service schon in Anspruch genommen. Im vergangenen Jahr verschickte TimTanne bereits beachtliche Mengen an Weihnachtsbäumen per Post, auch ins europäische Ausland. Wir ließen uns von Ingmar Brandes etwas genauer erklären, wie das Geschäftsmodell funktioniert.

**TASPO: Woher kommt eigentlich der Name TimTanne?**

**Ingmar Brandes:** Der Name stammt aus der Zeit, als unsere vier Baumgrößen noch „Tim“, „Tina“, „Toni“ und „Tamme“ hießen. Wir brauchten einen Namen, um unsere Bäume zu branden und eine Marke zu kreieren. „Tim“ war am einprägsamsten und beinhaltet noch die Abkürzung Tanne im Marketing. Mittlerweile ist TimTanne eine eingetragene Marke und steht europaweit für Qualität, punktgenaue Lieferung und hohen Service.

**TASPO: Die Zahl von 35.000 Nordmannantannen, die in Kampagnen von Firmen integriert wurden, lässt aufhorchen. Wie wurde das organisiert? Und entsprechen die Zahlen Ihren Erwartungen?**

**Ingmar Brandes:** Große deutsche und internationale Firmen nutzen TimTanne in Marketingkampagnen, um ihre eigenen Ziele wie Umsatzsteigerung und Kundenzufriedenheit zu erhöhen. Bevorzugt nutzen wir die Nordmannantannen aus dem Produktionsbetrieb meines Mitgeschäftsführers Jasper Müller in Kattendorf. Er kennt die Produktion von seinen Schwiegereltern, die seit 35 Jahren Nordmannantannen anbauen. Einen Teil müssen wir von Partnerproduzenten zukaufen, da wir ausschließlich Erste-Wahl-Bäume in Premiumqualität für TimTanne nutzen können, die zudem noch bestimmte weitere Qualitätsmerkmale erfüllen müssen. Diese werden von unseren Partnerbetrieben in Schleswig-Holstein und Dänemark just-in-time in unsere Fullfilment-Center geliefert und dort termingegenau verpackt und an unsere Kunden versandt. Durch unsere moderne IT-Infrastruktur, unsere Logistik und Fullfilmentsysteme laufen bei uns die meis-

ten Prozesse voll automatisiert, weshalb unsere Kapazitäten nur durch eingeschränkte Serverleistungen und nicht-termingerechte Anlieferung unserer Ware in unsere aktuell zwei Fullfilment-Center eingeschränkt werden. Die 35.000 Bäume entsprechen nicht der Zahl, die wir versandt haben. Die bleibt betriebsintern. Aber die Kapazität hätten wir, bei den Fullfilment-Centern ist noch großer Spielraum nach oben offen.

**TASPO: Wie sehen Ihre Aktivitäten rund ums Jahr aus?**

**Ingmar Brandes:** Das fasse ich mal in Stichworten zusammen:

- **Quartal 1:** Auswertung der Marketingkampagnen mit unseren Partnern; Lernen aus den Zahlen und Feedback mit den Kunden; Optimierung der Prozesse; Planung der Optimierung der IT-Infrastruktur; Planung der Kampagnen für Quartal 4 mit unseren Kunden; Planung eigener Marketingkampagnen B2B.
- **Quartal 2:** Akquise neuer Kunden B2B (hauptsächlich große internationale Konzerne); Umsetzung der Prozessoptimierungen IT und Logistik; Umsetzung Marketingkampagnen B2B; Planung eigener Marketingkampagnen B2C.
- **Quartal 3:** Akquise neuer Kunden B2B (große internationale Konzerne und Mittelstand); Umsetzung Marketingkampagnen B2B; Umsetzung Marketingkampagnen B2C; Planung Einkauf Material; Planung Logistik; Testläufe der Systeme
- **Quartal 4:** Beginn der Marketingkampagnen unserer Kunden; alle Produktionsstandorte, Fullfilment-Center und Standorte sind „scharf geschaltet“. Ab November bis zum 24. Dezember werden termingerecht europaweit Bäume versandt.

**TASPO: Bei TimTanne steht also das Marketing für Firmen im Vordergrund, obwohl Sie auch an Privatkunden direkt online Bäume verkaufen. Das Produkt Weihnachtsbaum ist nur am Jahresende interessant. Haben Sie schon mal daran gedacht, Firmen auch außerhalb der Weihnachtszeit, dann mit anderen Produkten, bei deren Marketingaktivitäten zu unterstützen?**

**Ingmar Brandes:** Nach erfolgreichen Kampagnen, wie zum Beispiel mit Ferrero, kommt es vor, dass der Kunde auch Unterstützung im Frühjahr und Sommer in Marketingkampagnen wünscht. Hier beschränken wir uns jedoch auf Pflanzen (Zitronen- oder Kirschbäumchen).

**TASPO: Woher bekommen Sie die Bäume (außer von der eigenen Plantage), und was bedeutet für Sie „nachhaltige Produktion“?**

**Ingmar Brandes:** Wir arbeiten langfristig mit Partnern, bei Bedarf aber auch mit neuen Lieferanten zusammen. Nachhaltige Produktion sollte für alle in der Weihnachtsbaumbranche ein wichtiges Argument sein. GlobalGAP-zertifizierte Bäume versenden wir aber nur auf Kundenwunsch. Das Transportunternehmen GLS bietet mit dem Think green-Label den CO<sub>2</sub>-neutralen Versand. Ob Firmen oder Privatkunden, es ist wichtig für unsere Bran-

che, den Menschen zu kommunizieren, dass für jeden geernteten Baum ein neuer gepflanzt wird.

**TASPO: Wer übernimmt die versprochene Qualitätskontrolle für die Bäume in den jeweiligen Plantagen zum Kauf- beziehungsweise Erntezeitpunkt?**

**Ingmar Brandes:** Unsere Ware wird rechtzeitig ausgezeichnet. Zudem gibt es in unseren Fullfilment-Centern die Wareneingangskontrolle auf Qualität und Größe und zusätzlich die Warenausgangskontrolle.

**TASPO: Etliche Weihnachtsbaumproduzenten sind in den vergangenen Jahren neben der Direktvermarktung und dem Großhandel in den Online-Handel eingestiegen. Manchmal war das ein beschwerlicher Weg mit vielen Hürden und Hindernissen. Bei 35.000 Bäumen in der Saison 2016 steht bei Ihnen eine gute Logistik dahinter. Wie haben Sie das gemanagt?**

**Ingmar Brandes:** Die Produzenten, die in den B2C-Markt einsteigen, haben es durchaus sehr, sehr schwer. Da zählen wir mit dazu. Es bedarf in den Anfangsjahren bis zu 100 Euro Marketingbudget pro Baum, um an den Endkunden zu gelangen. Das muss erst einmal finanziert werden. Wir arbeiten schon sehr erfolgreich mit diversen Unternehmen/Produzenten zusammen, die TimTanne vermarkten. Wichtig dabei ist der Markenname TimTanne und wofür die Marke und das Erlebnis stehen.

**TASPO: Welche Rolle spielt die Weihnachtsbaumlieferung Lanne GmbH bei der Logistik? Mit welchen Transportfirmen neben GLS arbeiten Sie zusammen?**

**Ingmar Brandes:** Die Lanne GmbH, dessen Hauptprodukt TimTanne ist, spielt die zentrale Rolle in allen Prozessen. Die Logistik läuft komplett über unsere Systeme. Die Kunden bestellen ja jeweils ihren eigenen Weihnachtsbaum bei uns online. Dort wird das Wunschlieferdatum und die Lieferadresse angegeben. Aus allen unseren sicheren Systemen werden dann die Daten mit unseren anderen Standorten ausgetauscht, um die termingerechte Lieferung europaweit zu gewährleisten. Der Kunde wird mit Trackingnummer live auf dem Laufenden gehalten. Unsere termingerechte Anlieferung trifft so zu über 99 Prozent bei allen Kunden auf sehr hohe Zufriedenheit. Wir arbeiten mit GLS, DPD, UPS und weiteren Unternehmen zusammen.

**TASPO: Wo sehen Sie TimTanne in fünf Jahren?**

**Ingmar Brandes:** TimTanne ist das Synonym für die 5-Sterne-Premium-Tanne im Versand. Eine Umfrage in Deutschland hat ergeben, dass ein interessanter Teil der Deutschen sich vorstellen können, einen Baum auch online zu kaufen. Wir sind auf gutem Weg, auch in fünf Jahren im B2C-Bereich der Marktführer zu sein und unseren Kunden in Deutschland und der Welt mit hochwertigen Nordmannantannen zum Wunschlieferdatum die Weihnachtszeit zu verschönern und zu vereinfachen.

Mehr unter [www.timtanne.de](http://www.timtanne.de)



Sortierung im Logistik-Center TimTanne.

Fotos: TimTanne

## Firmengründer

Die beiden Firmengründer kennen sich seit Kindesbeinen. Jasper Müllers Familie betreibt in Kattendorf Landwirtschaft, er selbst studierte Agrarwissenschaft und Marketing, nach verschiedenen beruflichen Stationen spezialisierte er sich auf die Bereiche IT und Prozessoptimierung.

Ingmar Brandes studierte in London und war in China unternehmerisch aktiv, unterhält dort immer noch einen Zweitwohnsitz. Mit diesen Erfahrungen im Gepäck, begannen die beiden Unternehmer ihre Idee „TimTanne“ in die Tat umzusetzen und planen nun konsequent den weiteren Ausbau. (jen)