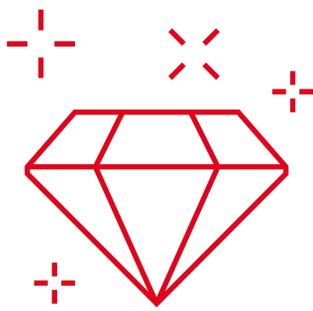




ERFOLGSSTORY

# BRUNO BANANI STARTET MIT SCHOBER UDO DURCH

[UDO.SCHOBER.DE](http://UDO.SCHOBER.DE)



## CUSTOMER JOURNEY ANALYSE & STEUERUNG DURCH UNIVERSAL DATA ORCHESTRATION PLATFORM VON SCHOBER

Die Schober Information Group Deutschland GmbH hat erneut überzeugt: Das Wäsche- und Lifestyle-Label bruno banani hat die [Schober UDO](#) (Universal Data Orchestration) Plattform eingeführt, seit September 2020 ist UDO live. Mit der neuen Plattform für datengetriebenes Marketing startet bruno banani durch und nimmt Kunden mit auf die Reise – beispielweise in das virtuelle „neue Land“ der Kampagne #FSOMBB. Eine CRM-Datenbank führt zunächst alle verfügbaren Datenquellen zusammen. Dann ermitteln Analysen, KI und Visualisierung die entscheidenden Insights aus den Customer Journeys, damit bruno banani Zielgruppen kanalübergreifend, personalisiert und erfolgreich ansprechen kann. Steuerungszentrale ist ein Management-Cockpit mit Marketingplan, Kampagnensteuerung, KPIs und Controlling. Das Projekt hat die Schober Information Group zusammen mit dem Beratungshaus [Sherlock & Watson Marketing and Data Investigations](#) als Implementierungspartner realisiert.

### Was bedeutet Digitalisierung für bruno banani? Daten als Asset!

„Der Handel ist im Wandel, ebenso die Medien“, sagt Jan Jassner, Geschäftsführer von bruno banani, um die Ausgangssituation des Projekts zu umreißen: „Was also bedeutet die Digitalisierung für bruno banani? Neben dem Fachhandel gibt es immer mehr Vertriebskanäle mit direktem Kundenkontakt. Deshalb benötigen wir für Wachstum einen eigenen und direkten Kundenzugang. Zugleich differenzieren und vervielfältigen sich die Kanäle zur Kundenansprache.“ Damit ist klar: bruno banani muss mehr über seine Kunden wissen, um den Strukturwandel zu meistern. Der Schlüssel sind Kundendaten. Und so beschließt bruno banani, Daten als Asset systematisch zu erschließen.

### Zukunftsfrage: Wie gewinnt bruno banani aus Daten Wissen zu Kunden?

Daten aus Webshop, Newsletter und anderen Datenquellen waren vorhanden, aber es fehlte eine konsolidierte Gesamtsicht und Auswertungswerkzeuge. In der Diskussion mit Beratungshaus Sherlock & Watson sei aber – so Jan Jassner – schnell klar geworden, dass man in einer ersten Phase zunächst Status Quo, Ziele und Strukturen klären muss, bevor man nach einer geeigneten Technologie sucht. Schließlich entscheidet man sich nach intensiver Markt-Evaluation für Schober UDO, denn „die Zukunftsfrage lautet: Wie gewinnt bruno banani aus Daten Wissen zu Kunden? Wer seine Kunden nicht kennt, kann auch ihre Wünsche nicht erfüllen“, so Jan Jassner. Und Schober UDO überzeugt, denn er bietet hohe Flexibilität beim Data-Mapping, hervorragende Auswertungsoptionen, Visualisierung, Daten-Excellence, DSGVO-Konformität und die Option eines Finanz- und Management-Dashboards.

## **Gesagt, getan: Jetzt lernt UDO für bruno**

Im März startet ein Team von Sherlock & Watson und Schober mit Phase II der Implementierung: In mehreren Workshops werden Schnittstellen definiert, Datenmodelle konzipiert und unterschiedlichste Datenquellen verknüpft. Es entsteht eine CRM-Datenbank mit allen Kunden-, Produkt- und Transaktionsdaten. Ob Webshop, Outlet oder Händler, Ziel ist der 360 Grad Blick. Es folgt Phase III, in der mit Schober-Daten die Datenqualität gesichert und die Grundlage für Analysen, Persona-Building und integrierte Künstliche Intelligenz gelegt wird. In der Schlussphase entwickelt das Team datenbasierte Kampagnen, die Kunden, Maßnahmen und Ergebnisse miteinander in Beziehung setzen. Dadurch können UDO und seine KI aus den Erfahrungen lernen und feststellen, welcher Kunde wann, wie und auf welchem Kanal am besten angesprochen wird. Das tiefere Verständnis der Customer Journey liefert zielgruppengerechte Trigger und steuert dazugehörige Kampagnen automatisch und effizient aus. Die Kunden freuen sich: Willkommen im Free State of Mind bruno banani – not for everybody!

„Seit 1993 revolutionieren wir Wäscheschubladen, jetzt revolutionieren wir auch unser Marketing und die gesamte Kundenkommunikation. bruno banani ist mit Schober UDO bestens aufgestellt, um Daten als Asset systematisch zu erschließen“, sagt Jan Jassner, Geschäftsführer bruno banani GmbH. „Das Team von Schober und Sherlock & Watson hat uns unglaubliche Horizonte eröffnet. bruno banani hat jetzt großartige Möglichkeiten im Marketing. Die Zusammenarbeit mit beiden Projektpartnern ist eine enorme Bereicherung. Ich freue mich auf die kommenden Kampagnen für #FSOMBB“, sagt Jan Jassner, Geschäftsführer bruno banani GmbH.

„bruno banani setzt neue Maßstäbe im datengetriebenen Marketing. Schober UDO macht die 360 Grad Kundensicht endlich real, analysiert die Customer Journey in Echtzeit und individualisiert kanalübergreifend die Kunden-Interaktion“, sagt Martin Brahm, Chief Sales Officer der Schober Information Group Deutschland GmbH.

## **Über bruno banani underwear GmbH:**

Die internationale Kultmarke für Unterwäsche und Bademode mit Sitz in Chemnitz revolutioniert seit 1993 Wäscheschubladen in aller Welt. Gegründet von dem Betriebswirt Wolfgang Jassner schrieb das Unternehmen binnen kürzester Zeit Marketing- und Verkaufsgeschichte: Aktionen wie der Rennrodler namens Bruno Banani bei den Olympischen Spielen oder der Test der bruno banani Unterwäsche im Weltall auf der Raumstation MIR bescherten dem Familienbetrieb internationale Aufmerksamkeit. Mittlerweile exportiert bruno banani in 17 Länder weltweit und hat verschiedene Produktlizenzen vergeben. Die Produkte sind erhältlich über den Online-Shop, in den Outlet-Stores sowie in ausgewählten Fachhandel-Geschäften.

# SCHOBER

## WIR BERATEN SIE GERNE

### ÜBER SCHOBER:

Die Schober Information Group Deutschland GmbH berät und unterstützt Kunden strategisch mit On- und Offline-Lösungen sowie bei der systematischen Umsetzung von crossmedialen Kommunikations-, Werbe- und Verkaufsstrategien. Basis des Leistungsangebotes sind die jahrzehntelangen Erfahrungen im Bereich Daten sowie fundiertes Methodenwissen in den Feldern Data Quality, aCRM und Targeting.

Weitere Informationen erhalten Sie unter: [www.schober.de](http://www.schober.de)

Mehr zu Schober UDO finden Sie unter: [udo.schober.de](http://udo.schober.de)

### KONTAKT:

Schober Information Group  
Deutschland GmbH  
Meisenweg 37  
70771 Leinfelden-Echterdingen

#### Rufen Sie uns an:

+ 49 (0)7156 304-0

#### Oder schreiben Sie uns:

[service@schober.de](mailto:service@schober.de)

