

SARENZA

**SERIOUS
ABOUT
*SHOES***



ZUSAMMENFASSUNG

0.1

DIE MARKE – DAS UNTERNEHMEN

Sarenza – ein führendes Unternehmen
im Start-up-Stil
S. 4 - 5

0.2

DIE FÜHRUNGSRIEGE

Zwei Visionäre, die sich ergänzen
S. 6 - 11

0.3

UNSERE WERTE

Eine französische
Erfolgsgeschichte
S. 12 - 13

0.4

DAS SARENZA-STUDIO

Die besten Kreationen, die
Sarenza zu bieten hat
S. 14 - 19

0.5

SPITZENLOGISTIK

Eines der modernsten
Logistikzentren Europas
S. 20 - 21

0.6

EINIGE ZAHLEN

Und interessante Fakten
S. 22 - 23



0.1
**DIE MARKE – DAS
UNTERNEHMEN**

EINE DIGITALE ERFOLGSGESCHICHTE MADE IN FRANCE

Sarenza entspringt der gemeinsamen Vision von zwei leidenschaftlichen Schuhnarren: Hélène Boulet-Supau und Stéphane Treppoz. Das Unternehmerduo hat sein mutiges Ziel erreicht: Kunden, die Schuhe über das Internet kaufen, ohne diese vorher anzuprobieren! Was in den Anfangstagen eine echte Herausforderung darstellte, hat sich zu Frankreichs führender Webseite für den Online-Schuhkauf gemauert.

(VERY) SERIOUS ABOUT SHOES

(FÜR ECHE SCHUHNARREN)

Sarenza ist der Spitzenreiter des Online-Schuhkaufs. Dies bezeugen zahlreiche Schuhnarren, die bei uns einfach alles finden – von topaktuellen Modellen bis hin zu altbewährten Klassikern.

(FÜR JENE, DIE ES EILIG HABEN)

Unsere Webseite ist wie geschaffen für all jene, die unter Zeitdruck stehen und mit nur einem Klick schnell ein tolles paar Schuhe kaufen möchten. Für sie hat unser Team schon eine Auswahl mit den besten Modellen der Saison zusammengestellt.

(FÜR JENE, DIE GERNE ETWAS FLANIEREN)

Stundenlang durch unsere Schuhkataloge surfen. Fantasiewarenkörbe zusammenstellen und sich die getroffene Auswahl erneut auf der Zunge, pardon, der Zehe zergehen lassen. Besuchen Sie Sarenza und gönnen Sie Ihren Füßen etwas Schönes.

...IM START-UP-STIL

SARENZA, EIN FÜHRENDES UNTERNEHMEN ...

UNSER TICK IST DIE KUNDENZUFRIEDENHEIT

Im Zentrum von unseren Bemühungen steht Sarenzas Servicequalität. Versand und Rücksendungen sind kostenlos, und der Kunde hat 100 Tage Zeit, um ein Modell, mit dem er nicht zufrieden ist, gegen eine komplette Rückerstattung des Kaufpreises zurückzuschicken. Im Pariser Hauptquartier kümmert sich das Team „Customer Delighters“ um sämtliche Kundenanfragen und garantieren höchste Standards, die für ein einzigartiges Einkaufserlebnis sorgen und einem einzigen Ziel dienen: Unsere Kunden glücklich zu machen.

EIN FLEXIBLES UNTERNEHMEN, DAS FÜNF MAL MIT DEM LABEL „GREAT PLACE TO WORK“ AUSGEZEICHNET WURDE

Stéphane Treppoz und Hélène Boulet-Supau war klar, dass sie ein starkes, motiviertes Team brauchen würden, denn ein erfolgreiches Unternehmen ist nur mit erfolgreichen Mitarbeitern möglich. Das zeigt sich bei uns in einem partizipativen, transparenten Management, einem System für unternehmensinterne Karriereförderung (wir stellen jährlich 25 % neue Praktikanten ein) und einer Kultur der Mitarbeiterbefähigung, in der jede und jeder seinen Platz hat. 99 % unserer Mitarbeiter sind der Meinung, dass bei Sarenza Chancengleichheit herrscht (Quelle: Great Place to Work). Denn: Glückliche Mitarbeiter sorgen für glückliche Kunden.

DIE BELOHNUNG LIESS NICHT AUF SICH WARTEN!

- Sarenza ist laut einer Erhebung der Non-Profit-Organisation *UFC Que Choisir* im Jahr die 2014 beste E-Commerce-Webseite
- Sarenza wurde von den Surfern beim Preis „*Favor’i*“ für die besten E-Commerce-Webseiten zur besten Website der Welt gekürt.

**WAS HAT SIE DAZU
BEWEGT, SARENZA
NEUES LEBEN
EINZUHAUCHEN?
Hélène Boulet
-Supau und Stéphane
Treppoz:** Wir

waren alle beide an einem kritischen Punkt in unseren Karrieren angekommen und suchten nach einem neuen unternehmerischen Projekt. Die Übernahme von Sarenza kam genau zum rechten Zeitpunkt. Wir mussten für dieses Unternehmen aus dem Jahr 2005 ein Wirtschaftsmodell entwerfen, um es auf die Überholspur zu befördern. Alle sagten uns, dass es eine dumme Idee sei, und dass niemand über das Internet Schuhe kaufen würde. Falsch. Ein Jahr später standen sämtliche Zeichen auf Wachstum.

WAS IST BEI SARENZA ANDERS?

HBS und ST: Zuerst haben wir die Informatik- und Kundenservice-Teams internalisiert. Wir haben die Kundenzufriedenheit zu einem zentralen Punkt unseres Geschäftsmodells gemacht und den kostenlosen Versand sowie ein 100-tägiges Rückgaberecht mit einer Rückerstattung innerhalb von 48 Stunden eingeführt. In nur 10 Jahren hat Sarenza den Markt auf den Kopf gestellt. Heute zählen wir über 7 Millionen zufriedene Kunden, von denen 98 % wieder bei uns einkaufen wollen. Zufriedene Kunden sind der gemeinsame Nenner aller erfolgreichen Unternehmen.

INWIEFERN ERGÄNZEN SIE SICH?

HBS und ST: Unsere Freundschaft geht auf das Jahr 1986 zurück, als wir beide Schüler waren und die Aufnahmeprüfung für die Handelsschule ablegten. Diese Komplizenschaft hat uns dazu ermutigt, uns gemeinsam in dieses unternehmerische Abenteuer zu stürzen. Sarenza wieder auf Kurs zu bringen – das hätten wir alleine niemals geschafft. Es gab Momente des Zweifels, des Überschwangs, Verhandlungen mit den Banken ... alles auf einmal. Wir treffen heute noch sämtliche Entscheidungen gemeinsam, obwohl wir in unseren jeweiligen Fachbereichen arbeiten: Stéphane leitet den Vertrieb und das Marketing und Hélène kümmert sich um die Bereiche Finanzen, Logistik, Informatik und Kundenservice.

**WER SIND IHRE
KUNDEN?**

HBS and ST: Jedermann, jederfrau und vor allem Schuhnarren! Zu unseren Kunden zählen Modefans, überforderte Eltern, die für sich und ihre

Kinder Schuhe kaufen, junge Fachkräfte, die unter Zeitdruck stehen, Mädchen, die vom Schuh des Aschenputtels träumen, zwei Staatspräsidenten, Komödianten, Minister, Tänzer, Modells ... Unser Ziel: Dass die Menschen automatisch „Sarenza“ sagen, wenn sie danach gefragt werden, wo sie ihre Schuhe kaufen!

0.2

DIE FÜHRUNGSRIEGE

**ZWEI
VISIONÄRE,
DIE SICH
ERGÄNZEN**



UNSERE
JEDERM
JEDER
UND VOR
SCHUHN

E KUNDE?

RMANN,

RFRAU

R ALLEM

NARREN!

HÉLÈNE BOULET-SUPAU UND STÉPHANE TREPPOZ



BIOGRAFIEN

HÉLÈNE BOULET-SUPAU - ESSEC - 50 JAHRE

Hélènes Karriere beginnt als Finanzprüferin bei Arthur Andersen. 1991 wechselt sie zu Pierre & Vacances, wo sie bis zur Finanzleiterin aufsteigt. Anschließend arbeitet sie als Finanzberaterin, bevor sie gemeinsam mit der Gründerin die Leitung des Konfektionskleidungs-Unternehmens Larroque übernimmt. 2007 tritt sie mit Stéphane Treppoz als Geschäftsführerin der neuen Führungsriege von Sarenza bei.

Ritter der französischen Ehrenlegion.

Prix Veuve Clicquot 2013 für erfolgreiche Geschäftsfrauen.



STÉPHANE TREPPOZ - HEC - 51 JAHRE

Sarenza ist nicht die erste Erfolgsgeschichte, die Stéphane schreibt. Er ist der geborene Unternehmer: Als junger Absolvent leitet er in New York die amerikanische Meccano-Filiale. 1995 kehrt er nach Frankreich zurück, wo er zuerst als Beauftragter für die Geschäftsleitung von Vivendi arbeitet und dann zum Geschäftsführer von AOL Frankreich aufsteigt. 2004 wird er zum Business Angel und Mitbegründer von ISAI, dem ersten Investmentfonds für französische Internet-Unternehmer, und investiert in BlaBlaCar, Criteo, StickyAds, Evaneos, Shopmium, Labelium, Databerries ... 2007 schlägt er ein neues Kapitel auf: Er übernimmt gemeinsam mit Hélène Boulet-Supau Sarenza, wo er den Posten des Geschäftsführers bekleidet.

Ritter des französischen Verdienstordens.

0.3
UNSERE
WERTE



EIN BÜRO ZUM WOHLFÜHLEN

Hélène Boulet- Supau und Stéphane Treppoz gehören zu den Menschen, für die ein partizipatives Management und eine qualitativ hochwertige Arbeitsumgebung die Kreativität fördern. Und diese Unternehmenskultur trägt Früchte: Fünfmal in Folge wurde Sarenza mit dem Label „Great Place to Work“ ausgezeichnet. Die Mitarbeiter können sich im Pariser Hauptquartier ganz „ohne Filter“ mit den Geschäftsführern austauschen, deren Büro im Zentrum der Teamarbeit liegt. Das Unternehmen hat außerdem die französische Charta für ein ausgeglichenes Berufs- und Privatleben unterschrieben, die zum Beispiel besagt, dass Meetings zwischen 9.00 und 18.00 Uhr stattfinden sollten.

TALENT KENNT KEIN GENDERING

Hélène Boulet-Supau ist überzeugte Feministin und hat der Gleichberechtigung zwischen Frauen und Männern einen zentralen Platz bei ihren Bemühungen – und denen von Sarenza – eingeräumt. Ihre Anstrengungen schlagen sich in einem paritären Lenkungsgremium und zwei leitenden Führungskräften nieder, die alle denselben Lohn beziehen. Dank ihrer Überzeugung ermutigt sie nicht nur Frauen in ihrem Unternehmen zum Erfolg, (Sarenza beschäftigt zu 65 % Frauen und auch die Führungsriege setzt sich zu 65 % aus Frauen zusammen), sondern setzt sich auch dafür ein, dass Männer in Karenz gehen oder Teilzeit arbeiten können, sodass sie sich nach der Geburt um ihre Kinder kümmern können. Aber auch außerhalb von Sarenza meldet sie sich zu Wort und macht jungen Frauen die digitalen Berufe schmackhaft (z. B. mit dem Programm WiFilles, das Computer-Schnupperkurse für Schülerinnen anbietet).

DIE WERTSCHÄTZUNG DES FRANZÖSISCHEN UNTERNEHMERGEISTES

Während andere Stakeholder ihre Produktion ins Ausland verlagern, will Sarenza in Frankreich Wert schaffen. Und anderen Unternehmern, die ihr eigenes Start-up gründen möchten, als Vorbild dienen. „Ich kann jedem empfehlen, sich dem Unternehmertum zu widmen und sein Projekt durchzuziehen. Dazu muss man hart und gründlich arbeiten, gut zuhören, sich mit den richtigen Menschen umgeben und sich anpassen können,“ erläutert Stéphane Treppoz. Die Tatsache, dass Sarenza über 300 Menschen in Frankreich beschäftigt, zeigt, dass ein Unternehmertum „made in France“ sehr wohl möglich ist.





0.4

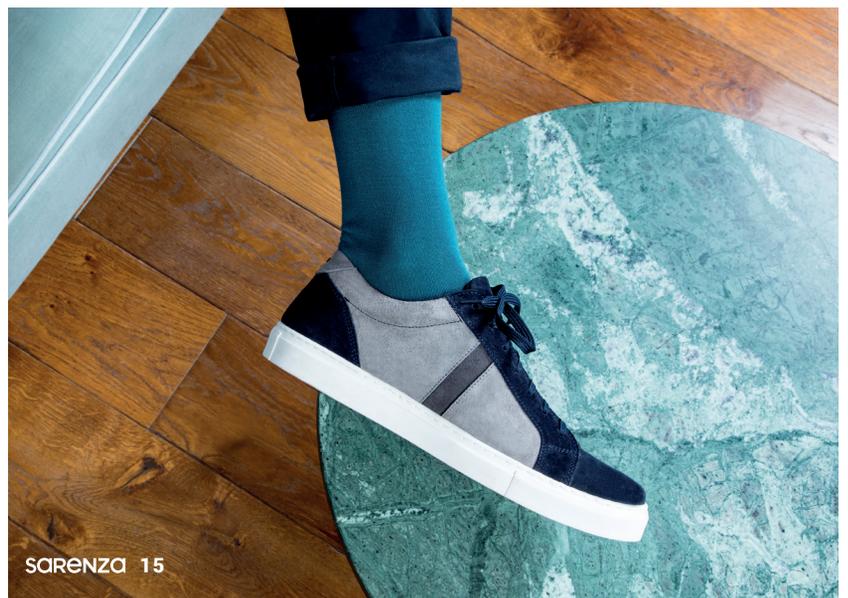
DAS SARENZA-STUDIO

600 Marken und 40.000 Schuh- und Taschenmodelle, die von einem Team mit 40 Mitarbeitern zusammengestellt werden.

Jedes halbe Jahr begibt sich unser Einkaufsteam auf die Jagd nach den Bestsellern von morgen. Es gibt Designer-Showrooms zu durchforsten und Salons zu durchkämmen – einfach alles wird unter die Modelupe genommen. Gar keine leichte Aufgabe, wenn man online verkauft, denn um das richtige Modell auszuwählen muss man Geschmack, Klima und Gebräuche der Länder berücksichtigen, die beliefert werden. Dabei darf auch die Unternehmens-DNA nicht zu kurz kommen. Und nun hat sich zudem ein neues Jagdrevier aufgetan: Nämlich Instagram und die sozialen Netzwerke, auf denen sich herausragende Designer wie By Far herauskristallisieren, die ihre Modelle letzten Winter exklusiv auf Sarenza.com verkaufte.

UNSERE WICHTIGSTEN PARTNERMARKEN

Converse, Robert Clergerie, Senso, Fratelli Rossetti, Rebecca Minkoff, Katy Perry, Vagabond, G.H. Bass, Mellow Yellow, Adidas, Nike, Puma, New Balance, Veja, Toms, Free Lance, Pom d'Api, By Far, Kickers...



... DAZU KOMMEN SECHS EIGENMARKEN FÜR DAMEN, HERREN UND KINDER, DIE EXKLUSIV AUF DER WEBSEITE ANGEBOTEN WERDEN

Alice de Germiny, Leiterin der Eigenmarken, sagt:
„Wir haben die hauseigenen Marken von Sarenza geschaffen, damit wirklich jeder genau das richtige Schuhwerk für seinen Geschmack findet. Damen-, Herren- und Kindermodelle, klassische oder modische Schnitte, kleine Preise oder hochkarätige Modelle: Sarenza hat einfach an alles gedacht. Bei Made by Sarenza erwarten Sie „bildträchtige“ Modelle mit viel Farbe, Grafiken und spritzigen Designs. Im Rahmen von Georgia Rose finden Sie zeitlos elegante und feminine Modelle für jeglichen Anlass. Mit I Love Shoes bieten wir supertrendige Modelle zu erschwinglichen Preisen. Mit den folgenden zwei Marken hat Sarenza auch an die Herren der Schöpfung gedacht: Mr Sarenza bietet dem Mann von heute moderne Neuausgaben altbewährter Klassiker, und Marvin & Co hat sich auf schicke Herrenmode spezialisiert. Unsere neueste Kreation ist Sarenza Pop, unsere Schuhlinie für die ganze Familie: Regenstiefel, Flip-Flops ... Sämtliche Modell präsentieren sich in einem farbenfrohen Kleid, das Lust auf mehr macht.“



Georgia·Rose

MARVIN&CO.

SARENZA / POP



IM FOKUS



Die führende Marke von Sarenza wurde 2014 von coolen Parisern für coole Europäer ins Leben gerufen. Die hauseigene Kollektion wird in Spanien, Italien und Portugal gefertigt und schwimmt gegen den Strom der üblichen Eigenmarken: Erstklassige Premium-Qualität, viel Liebe für's Detail und schöne Materialien ermöglichen unseren Kunden einen Designer-Look zu erschwinglichen Preisen. Ein mutiger Schritt, der die Werte unserer Eigenmarke voller Stolz widerspiegelt. Seit Kurzem arbeitet Made by Sarenza außerdem mit Designern wie **Camille Walala**, **Shourouk** usw. zusammen, und lädt kreative Köpfe zu bahnbrechenden Kollaborationen ein.



MADE BY
SARENZA
WURDE VON
COOLEN
PARISERN
FÜR
COOLE
EUROPAER
GESCHAFFEN

0.5

SPITZENLOGISTIK

Eine Spitzenposition erfordert herausragende Servicequalität. Dieser Schlüsselfaktor gründet bei Sarenza auf:

A. Einem umfassenden Angebot für Damen, Herren und Kinder: Über 40.000 Schuh- und Handtaschenmodelle, die sofort verfügbar sind und wöchentlich um 400 neue Modelle ergänzt werden. Sarenza bietet den Luxus, das Schönste, das die besten Marken zu bieten haben, bequem online bestellen zu können.

B. Einem der modernsten Logistikzentren Europas vor den Toren von Paris in Réau, das täglich bis zu 30.000 Pakete nach ganz Europa verschicken kann. Es wurde 2016 feierlich vom Staatspräsidenten eingeweiht, erstreckt sich über 19.000 m², bietet Platz für 2,6 Millionen Paar Schuhe und stellt eine Investition im Wert von 25 Millionen Euro dar.

C. Einer rekordverdächtigen Versandzeit: Zwischen dem Moment, an dem der Kunde per Mausklick die Bestellung bestätigt und dem, an dem Sarenza das Paket abfertigt, liegen nur 30 Minuten. Ein Roboter mit Gelenkarm, der Usain Bolt in puncto Geschwindigkeit in nichts nachsteht, holt das bestellte Modell in Réau aus dem Regal, damit es in unter 24 Stunden nach ganz Frankreich geliefert wird.

D. Einem extrem reaktiven Kundenservice mit Sitz in Paris, in dem über 60 Mitarbeiter aus 12 Ländern arbeiten. Er ist unerlässlich, um die Zufriedenheit der Endkunden zu garantieren. Sie sind nicht zufrieden? Keine Angst, Sie haben 100 Tage Zeit, um ein Produkt zurückzuschicken. Außerdem übernimmt Sarenza die Rücksendekosten und erstattet den Kaufpreis in unter 48 Stunden zurück.





> 7
Millionen
Kunden
in Europa

> 25
Millionen
verkaufte
Schuhe und
Accessoires
seit 2007

75
Millionen
Besucher
im Jahr 2016

40.000
Modelle;
das sind 100
Mal mehr,
als in einem
herkömmlichen
Schuhgeschäft

0.6

EINIGE ZAHLEN

400
neue Modelle
pro Woche

Bis zu
30.000
abgefertigte
Pakete / Tag

Bis zu **10**
verkaufte
Schuhe /
Sekunde im
Ausverkauf

250 Mio. €
Absatz im Jahr 2016
+ 20 %
Wachstum
im Jahr 2016

50 %
Umsatz
durch Exporte
29
beliebte
Länder

65 %
der Website-
Besuche
erfolgen über
mobile Geräte
(Tablets und
Smartphones)

50 %
des Umsatzes
wird über
mobile Geräte
erwirtschaftet
(Tablets und
Smartphones)

>300
Mitarbeiter aus
27
verschiedenen
Ländern im
durchschnittlichen
Alter von 30 Jahren

INTERESSANTE FAKTEN

Unsere drei meistverkauften Spitzenmodelle

- 1) Chuck Taylor Converse
- 2) Adidas Originals: Stan Smith
- 3) Adidas Originals: Superstar

#passionbaskets

7 % aller verkauften Damenmodelle sind Stöckelschuhe mit einem Absatz von über 8 cm

#téméraires

7 % aller Kunden bestellt zwischen Mitternacht und 6.00 Uhr morgens

#insomniaques



SARENZA

