



Ein weiteres Mal konnte das Unternehmen Beurer den 'mi'-LSP in seiner Produktgruppe für sich entscheiden und erneut nutzen die Ulmer die damit einhergehende Gelegenheit, um Ihnen in einem Gastkommentar ihre Fachhandels-Verbundenheit zu signalisieren sowie die stetig wachsende Beachtung aufzuzeigen, die das Thema 'Gesundheit' am PoS findet. Lassen Sie sich inspirieren!

Gesundheit ist unser höchstes Gut!

Wir freuen uns sehr, bereits zum 7. Mal in Folge von den Händlerinnen und Händlern zum Fachhandelspartner Nummer 1 im Leistungsspiegel von 'markt intern' gewählt worden zu sein. Im Wettbewerb mit vier namhaften Unternehmen erreichten wir in sieben der insgesamt 13 abgefragten Kategorien den ersten Rang. In allen übrigen Disziplinen geht Beurer als Zweiter über die Ziellinie. Dieses Ergebnis ist für uns Bestätigung, dass der enge Austausch und die Investitionen in die Partnerschaft mit dem Fachhandel nachhaltig sind und Früchte tragen.



Die Nachfrage nach Health-, Fitness- und Wellbeing-Produkten für die Heimanwendung ist so groß wie noch nie. Mit der Produktpalette von mehr als 500 Artikeln bieten wir ein tiefes und breites Gesundheits-, Wellness- und Beauty-Sortiment für die ganze Familie und für nahezu jeden Zweck. Wer dieser gesteigerten Nachfrage gerecht wird und sein Warenangebot hierauf ausrichtet, profitiert von dieser Entwicklung. Von unserer seit vielen Jahren gelebten Partnerschaft profitieren Händler nicht zuletzt dadurch, dass wir uns für die kommende Saison stark mit den besonders nachgefragten Produkten bevorratet und auch jetzt noch nahezu in allen Produktbereichen ausreichende Verfügbarkeiten haben.



„Wir freuen uns über die Entwicklung weg von der reinen Ausstellung hin zur Schaffung von attraktiven Erlebniswelten und unterstützen unsere Handelspartner zudem bei der Umsetzung neuer und innovativer Konzepte am POS. Wir bieten dem Handel dabei ein großes Portfolio von Produkten aus den Bereichen Gesundheit, Wohlbefinden und Beauty. Durch über 50 Ingenieurinnen und Ingenieure sowie Produktmanagerinnen und Produktmanager sind wir in der Lage, jährlich über 60 Neuheiten anzubieten. Nicht zuletzt ist diese Innovationskraft eines unserer Erfolgsrezepte und zugleich Garant für den Handel, immer spannende und aktuelle Themen spielen zu können. Mit seiner Sortiments- und Beratungskompetenz hat der Fachhandel somit eine große Chance, sich von anderen Vertriebsstrukturen qualitativ abzugrenzen“

Sebastian Kebbe, Geschäftsführer bei Beurer

Unterstützung für den gemeinsamen Erfolg

Nach einem für die meisten Elektro-Fachhändler recht erfolgreichen Jahr 2020, war das aktuelle Jahr erneut mit vielen Herausforderungen, wie etwa dem Lockdown, gestiegenen Kosten und gesunkener Verfügbarkeit gespickt. Die wichtigste Kernkompetenz des Fachhandels ist und bleibt die individuelle Produktpräsentation und bedarfsgerechte Beratung des Endkunden und dies ist auch seine größte Chance für die Zukunft! Bei noch so guter digitaler Inszenierung kann beispielsweise das angenehme Gefühl einer Massage durch eine Massagesitzauflage, eine Massage Gun oder das kuschelige Material einer Wärmendecke nicht virtuell transportiert werden.

Wachstumsmärkte ausschöpfen und Erlebniswelten schaffen

Der Kunde muss durch eine offene, ansprechende und eine saisonweise oder themenbezogene Warenpräsentation immer wieder neu für bestimmte Produkte begeistert werden. Wieso also nicht Produkte aus verschiedenen Abteilungen zu einem Sonderaufbau oder in einer Werbung thematisch zusammenfassen? Wieso nicht eine Sonderfläche für Produkte für einen gesunden Arbeitsplatz gemeinsam präsentieren? Neben einem besonders strahlungsarmen Monitor könnten das eine Tageslichtlampe, ein Massagekissen mit Stützfunktion für den Bürostuhl und ein Luftreiniger oder im Winter ein Luftbefeuchter sein, die zusammen in Szene gesetzt werden. Zur Belebung der stationären Handelsstrukturen sollten sich außerdem auch die lokalen Händler noch stärker zusammenschließen und miteinander interagieren. Möglichkeiten der Kooperationen gibt es etwa mit Fitnessstudios im Bereich der Fitnesstracker und Personenwaagen, mit Einrichtungshäusern, z. B. beim Thema schmiegsame Wärme oder bei der Büroausstattung im Zusammenhang mit Lichttherapiegeräten.

Ebenso eignen sich unsere Beurer 'Connect'-Produkte für eine sinnvolle Sonderplatzierung im Ladengeschäft oder in einer Printanzeige. Unter der Headline „Ihre Gesundheit auf einen Blick!“ steht der Fachhändler somit seinen Kunden als verlässlicher und vertrauensvoller Partner zur Seite und bietet Lösungen für die Probleme des Alltags. Ob über zusätzliche

Ihr direkter Draht zur Redaktion Elektro-Fachhandel: +49 (0) 211 6698-121

■ Fax: +49 (0) 211 6698-178 ■ E-Mail: elektro@markt-intern.de ■ www.markt-intern.de/elektro



Pfunde, zu hohen Blutdruck, mangelnde Bewegung durch zu viel Homeoffice oder aber zu wenig Tageslicht, vor allem in den dunklen Monaten – für diese Herausforderungen bieten wir Lösungen an wie etwa Diagnosewaagen, Massageprodukte gegen Verspannungen, Tageslichtlampen, die Lichtmangelscheinungen ausgleichen können oder eine Yoga- und Stretchmatte zur Erholung nach einem anstrengenden Tag.

Qualitätsbewusstsein schafft neue Chancen

Dem Handel bietet sich aufgrund eines gestiegenen Qualitätsbewusstseins der Kunden die Chance, auch höherpreisige Kategorien vorzustellen und zielgerichtet in Szene zu setzen. Großes Interesse besteht bei HighEnd-Geräten, wie unserer Profi-Diagnosewaage BF 1000, die eine besonders genaue und segmentale Körperanalyse mithilfe einer Überkreuzmessung durch acht Elektroden ermöglicht. Aufgrund deutlich vergrößerter Lagerhaltung können wir dieser gesteigerten Nachfrage nun Rechnung tragen. So ergibt es ausdrücklich Sinn, dass das stationäre Sortiment an Personenwaagen dieser stärkeren Nachfrage auch gerecht wird.

Auch unser neues HighEnd-Blutdruckmessgerät BM 81 easy-Lock hat ein starkes Interesse erweckt. Nach dem großen Auftritt zum Beurer-Digital-Livestream-Event im September, wird es ab Januar 2022 verfügbar sein. Oberarm-Blutdruckmessen wird von da an dann so einfach, wie noch nie. Hier werden Gerät und innovative Manschette, ohne die sonst typischen, lästigen Schläuche einfach und perfekt miteinander vereint. Händler könnten ihre Kunden hier zu einem Live-Test einladen!



© Beurer

Ebenfalls voll im Trend ist die Massage Gun MG 180, die unter anderem auch Profisportler nach dem Training zur Muskel-Regeneration einsetzen. Dieses Produkt findet ebenso wie die Vielzahl unserer angebotenen EMS-Geräte in Privathaushalten immer stärkeren Zuspruch.

Vom PoS zum „Point of Emotion“

Wir bieten dem Händler innovative und modulare PoS-Konzepte an. Die beleuchteten Beurer Premium Wellness-Module gehören mittlerweile fast ebenso zum Standard wie beispielsweise die allseits beliebten Massagebänke.



© Beurer

All diese verkaufsfördernden Maßnahmen stellen wir unseren aktiven Fachhandelskunden unter bestimmten Voraussetzungen kostenlos zur Verfügung. Details hierzu erfahren Sie vom zuständigen Beurer-Außendienst.

Darüber hinaus unterstützen wir den Handel mit aussagefähigen gedruckten und auch digitalen Produktübersichten von nahezu allen Sortimenten wie Blutdruck, Fieberthermometer, Massage, Maniküre, HairCare, schmiegsame Wärme und vielem mehr, bei denen die wichtigsten Artikel mit den jeweils relevanten Ausstattungsmerkmalen für ein optimales Verkaufsgespräch auf einen Blick zusammengefasst sind. Mit unserem Gesamtkatalog, vielen hochwertigen Infobroschüren, aber auch emotionalen Videospots, bieten wir dem Handel nahezu alles, was für einen erfolgreichen Verkauf benötigt wird. Einige Händler verwenden unsere ansprechenden Imagevideos mittlerweile sogar als Eyecatcher, etwa für ihr Instore-TV.



„Genau hier haben wir im vergangenen Sommer mit unserem Wettbewerb des 'Point of Emotion Händler 2021' angesetzt. Fachhändler wurden dazu aufgerufen, Bilder ihrer emotionalsten, kreativsten oder witzigsten Beurer Ladengestaltungen einzureichen. Damit wollten wir in Zeiten von geschlossenen Geschäften nicht nur für Motivation sorgen, sondern auch ganz bewusst ein positives Zeichen für die langjährige Partnerschaft mit dem stationären Fachhandel und deren überzeugende Möglichkeiten setzen“

Markus Bisping, Vertriebsleiter Fachhandel bei Beurer

Die Verkaufsstrategie wird sich zukünftig noch deutlicher an den Bedürfnissen der Endkunden orientieren. Der PoS entwickelt sich immer mehr hin zum „Point of Emotion“. Als vielfacher Marktführer in den einzelnen Produktbereichen blicken wir mit mehr als 100 Jahren Branchenerfahrung auch weiter optimistisch in die Zukunft für den gemeinsamen Erfolg mit dem Fachhandel. Gerade im aktuellen Saisonsgeschäft eignen sich unsere Produkte in dem breiten Preisspektrum ideal als Weihnachtsgeschenke. Warum also nicht auch mal hierzu einen Sonderaufbau machen, etwa mit der Headline: „Vom Christkind empfohlen!“

Wir bedanken uns bei unseren Fachhandelspartnern für ihre Treue. Auch in Zukunft werden wir weiterhin innovative Produkte, Sortimente und Konzepte anbieten und damit die Basis für den weiteren gemeinsamen Erfolg legen.

Bleiben Sie gesund!
Wünscht Ihnen

Ihr Beurer-Team aus Ulm

Gastbeiträge spiegeln nicht in jedem Fall die Meinung der Redaktion wider.