

Wie ein Traditionsunternehmen wie Beurer dem Ansturm von Billigprodukten im Internet begegnet

Ulm, 26. November 2019 – 100 Jahre sind seit der Firmengründung Beurers vergangen, die Veränderungen in dieser Zeit sind gewaltig. Während sich damals alles um die Existenzsicherung in Nachkriegszeit und Wirtschaftskrise drehte, stehen Traditionsunternehmen wie Beurer heute vor ganz anderen Herausforderungen: der Globalisierung und dem Internet – Fluch und Segen zugleich. Beurer nutzt die Chance seine Produkte über die unterschiedlichsten Kanäle, verstärkt auch online, in der ganzen Welt zu vermarkten. Jedoch birgt vor allem das Internet auch Risiken, denn immer mehr unbekannte Marken überrollen den Onlinehandel mit qualitativ oft minderwertiger Ware und zweifelhaften Top-Bewertungen.

Die Qualität, Erfahrung und Tradition einer Marke zu leben und authentisch nach außen zu tragen, gepaart mit dem Ziel, neue Trends zu setzen und dabei sowohl die Digitalisierung voranzutreiben als auch die Globalisierung nicht außer Acht zu lassen, erfordert ein ganz besonderes Fingerspitzengefühl. Beurer setzt dabei, wie viele namhafte Hersteller auf verschiedene Vertriebswege. Für den stationären Einzelhandel steht das Ulmer Unternehmen nach wie vor als verlässlicher Partner für Qualitätsprodukte. Seit einigen Jahren ist aber besonders der Onlinehandel ein rasant wachsender Markt. Sich in den international agierenden großen Onlineshops langfristig behaupten zu können bedeutet harte Arbeit, auch für Traditionsunternehmen mit starker Marke. Beurer hat es geschafft und sich über viele Jahre hinsichtlich Qualität und Service hier ein „Standing“ aufgebaut. Die größte Herausforderung ist es heute, dieses zu halten.

Denn im Netz überzeugt nicht mehr nur die Produktqualität oder der Name des Herstellers. Immer häufiger verlässt sich der Endverbraucher bei der Kaufentscheidung auf Kundenbewertungen. Das Problem: viele chinesische Hersteller überrollen das Internet mit No-name Produkten, die teilweise mit auffällig vielen, durchweg positiven Produktbewertungen in den Handel einsteigen. Bestellt der Kunde ein solches Produkt, stellt er schnell fest,

Beurer GmbH
Söflinger Straße 218
89077 Ulm
Deutschland
Tel. +49 731/3989-0
Fax +49 731/3989-295

Beurer Austria GmbH
Franz-Hönig-Straße 7
4910 Ried im Innkreis
Österreich

Ansprechpartner
Anna-Katharina Peuker
presse@beurer.de

Website
www.beurer.com
www.beurer-gesundheitsratgeber.com

Social Media



dass die Qualität oft nichts mit den überzeugten Meinungen im Netz zu tun hat. ZDF WISO hat am 25.11.2019 und ZDFinfo Doku bereits am 29.07.2019 mit einem Beitrag auf das Problem gefälschter Bewertungen aufmerksam gemacht. Was bedeutet das für bekannte Markenhersteller?



„Es ist ein nicht enden wollender Kampf, die Marke und die Qualität, die man aufgebaut hat, weiterhin auf Kurs zu halten und voranzutreiben. Hersteller, die dabei auf fragwürdige und unfaire Methoden setzen, machen unseren Qualitätsanspruch kaputt. Sie ziehen auch das Ansehen der ganzen Produktgruppe nach unten. Außerdem ist der Endkunde verwirrt und es ist schwer, sich im scheinbar unendlichen Produktdschungel noch zurecht zu finden. Wir

wissen, dass die meisten Kunden Qualitätsprodukte suchen. Daher werden wir nichts unversucht lassen, um unseren Platz und Ruf zu verteidigen“, sagt Marco Bühler, geschäftsführender Gesellschafter bei Beurer. Viele Traditionsmarken kämpfen mit demselben Problem und werden wohl in den kommenden Jahren Einbußen von mehreren Millionen Euro in Kauf nehmen müssen. „Wir werden mit einem Maßnahmenpaket, bestehend aus Contentverbesserung, Brandüberarbeitung, Verstärkung der Werbung auf strategische Produkte, genaue Überprüfung fragwürdiger Ware und Fokussierung der Öffentlichkeitsarbeit kontern“, ergänzt er weiter.

Auch das Bundeskartellamt und der Bundesgerichtshof haben sich dem Thema der unseriösen Beschaffung von Bewertungen intensiv angenommen, denn das Problem ist mittlerweile vielschichtiger und betrifft unter anderem auch Ärzte, Handwerker, Hotels oder Restaurants. Abschließend appelliert Marco Bühler: „Natürlich muss jedes Unternehmen selbst dafür Sorge tragen, dass die eigenen Produkte in Qualität und Präsentation bestmöglich vertreten sind. Im Endeffekt kann man die Konsumenten nur dazu aufrufen, die Produkte vor dem Kauf genau unter die Lupe zu nehmen und nicht blind auf jede positive oder auch negative Bewertung zu vertrauen, die man im Netz liest.“

Über Beurer

Beurer wurde 1919 in Ulm gegründet und steht für Gesundheit und Wohlbefinden. In diesem Segment ist das Traditionsunternehmen heute in mehreren Produktparten führend: unter anderem als Marktführer in Europa im Bereich Schmiegsame Wärme, Marktführer in Deutschland für Blutdruckmessgeräte und Massageprodukte, sowie als einer der führenden Anbieter von Personenwaagen in Europa. Das Portfolio wird in allen Bereichen kontinuierlich weiterentwickelt und bietet Produkte für die Heimanwendung. Darunter finden sich Personenwaagen, Küchenwaagen, Kofferwaagen, Luftreiniger, Luftentfeuchter, Luftwäscher, Thermo-Hygrometer, Aroma Diffuser, Blutdruckmessgeräte, Blutzuckermessgeräte, mobile EKG-Geräte, Hörhilfen, Pulsoximeter, Inhalatoren, Fieberthermometer, ein Schlafsensor, Lichtwecker, ein Schnarchstopper, Tageslichtlampen, Infrarotlampen, TENS/EMS Geräte, Massageprodukte (Fuß-Massage, Shiatsu-Massage, Massage-Sessel, Massage-Kissen, Faszien-Massage, Venen-Trainer), Spannungshilfen, Haarentfernungsgeräte (klassisch, IPL, Laser), FaceCare und HairCare Produkte, ein cellulite releaZer, Kosmetikspiegel, Maniküre/Pediküre Sets, eine Babycare Linie, Basalthermometer, Aktivitätssensoren und Pulsuhren. USB-Schnittstellen und *Bluetooth*[®] ermöglichen für immer mehr Connect-Produkte eine Anbindung an die wachsende Beurer App-Welt und/oder Software. Das Familienunternehmen unterhält ein weltweites Distributionsnetz in mehr als 100 Länder und beschäftigt derzeit ca. 1000 Mitarbeiter. Weitere Informationen finden Sie unter www.beurer.com.