

Brinkhaus

POS-Aktion fördert den Kundenkontakt

Bocholt. Auf den beiden wichtigsten Branchenmessen im Januar präsentierte Brinkhaus nicht nur hochwertigen Bettware. Vertriebsleiter Michael Stein verkündete Kunden und Neukunden, dass schon zur Auslieferung im März mit der ersten POS-Aktion für den Sommer gestartet wird.

Der Wechsel zu leichten Sommerbetten wird durch das sich verändernde Klima schon im April erwartet. Parallel dazu unterstützen intensive und breit ausgelegte

Brinkhaus-Werbemaßnahmen die erste Aktion der Verkaufsförderung am POS in diesem Jahr.

Neben interessanten Aktionsangeboten aus einem Sommer-Sortiment an Daunens-, Faser- und Naturhaar-Decken bekommt jeder Kunde beim Kauf einer Decke kostenlos eine Brinkhaus-

Sommerparty-Kühltasche dazu. Es handelt sich dabei um hochwertige Taschen im Korbformat in den Farben Gelb, Rot und Schwarz, die auch zum Einkaufen oder Picknick geeignet sind.

Wertig und bunt weckten sie bei den Gästen auf dem Messestand die Vorfreude auf den Sommer. „Mit dieser Aktion“, sagt Vertriebsleiter Michael Stein, „konnten wir unsere Kunden begeistern und überzeugten sogar eine Menge interessierter Fach- und Premiumhändler, die bisher noch keine Brinkhaus-Kunden waren.“

Die Muttergesellschaft EuroComfort Group hatte in den vergangenen drei Jahren hohe Investitionen in die Produkt- und Sortimentsentwicklung sowie in den Markenaufbau von Brinkhaus getätigt. Erfolge dieses überdurchschnittlichen Engagements zeigten sich sehr ausgeprägt im Jahr 2015: Zum einen ließ sich eine deutliche Etablierung der hochwertigen Marke selbst innerhalb der Bettwarenbranche erkennen, zum

anderen wuchsen die Umsätze für das Unternehmen in zweistelliger Größenordnung.

„Diese Ergebnisse sagen uns, dass die Marke gut aufgestellt ist und sich in die richtige Richtung weiter entwickelt“, so Michael Stein. Es sei offensichtlich, dass sich Brinkhaus zu einer ausgesprochen hochwertigen und erfolgreichen Marke auswachse. „Wir sind soweit, dass der Verbraucher uns wieder flächendeckend im Fach- und Premiumhandel findet, und die nun geplanten POS-Aktionen sind eine logische Folge des Markenaufbaus, mit der wir unsere Kunden im direkten Kontakt und der persönlichen Kommunikation mit dem anspruchsvollen Konsumenten noch mehr unterstützen wollen. Wir wollen in unserem POS-Marketingplan solche Methoden und Maßnahmen einsetzen, die zur Markenbindung beitragen und darüber hinaus die Treue der Verbraucher an unsere Partner stärken sollen. Es werden also weitere Aktionen in diesem Jahr folgen.“

Den Wunsch nach einer Integration des Brinkhaus-Shop-Systems mit einer gezielten und großzügigen Warenpräsentation innerhalb ihrer Verkaufsflächen äußerten sieben Inhaber von Fachhandelsgeschäften im Premiumbereich. Vertriebsleiter Michael Stein ist mit dieser Entwicklung mehr als zufrieden. Die Shops werden im Laufe des Jahres bei den neuen Vertragspartnern bundesweit aufgebaut werden.



Michael Stein, Vertriebsleiter: „Brinkhaus ist mehr als nur eine Alternative für den Handel, weil wir ein verlässlicher Partner sind, was uns unsere Kunden auch auf den Messen wieder bestätigt haben.“



Brinkhaus POS-Aktion: Beim Kauf einer Sommerdecke bekommt jeder Kunde kostenlos eine Sommerparty-Kühltasche dazu.