

## Handel der Zukunft: Deuter und Globetrotter – „kooperatives Miteinander“ über loadbee Plattform auch im stationären Handel

Im B2B-Bereich gilt es als der Erfolgsfaktor: das „kooperative Miteinander“ von Herstellern und Händlern über Plattformen. So sieht für Experten der Handel der Zukunft aus. Ein Vorreiter aus dem Sportbereich ist dabei Deuter. Obwohl das Unternehmen aus Gersthofen bei Augsburg erst seit einem Quartal die loadbee Plattform nutzt, um seine Produktinformationen online in Händler-Shops zu verteilen, geht Deuter jetzt noch einen Schritt weiter - gemeinsam mit dem Outdoor-Spezialisten Globetrotter.

### Das Beste aus der digitalen und der analogen Welt des Handels

In seinem ersten Shop-in-Shop-Konzept im Globetrotter Dresden präsentiert Deuter ein Verkaufsdisplay, mit dem Endkunden alle Produktinformationen zu allen Deuter-Artikeln erhalten. Rainer Wenninger, Marketingleiter Deuter erklärt: „Auch im stationären Handel können wir den Endkunden händlerübergreifend in unserem Corporate Design erreichen. Mit einem Verkaufsdisplay oder Staff-Tablet übermitteln wir alle Produktinformationen in die analoge Welt, um unsere Endkunden so auch im Geschäft ihres Vertrauens bestmöglich beim Kauf zu beraten.“ Dafür scannen die Deuter-Kunden lediglich den Strichcode des Artikels ähnlich wie an einer Supermarktkasse.

Mit dieser Lösung kombinieren Deuter und Globetrotter das Beste aus der digitalen und analogen Welt des Handels. Alle Produktinformationen, direkt vom Hersteller, im Moment der Kaufentscheidung: Davon profitiert auch der Endkunde und Händler. Für den bestmöglich informierten Endkunden gehören negative Käuferlebnisse aufgrund fehlender Informationen der Vergangenheit an. Für den Händler bietet das Display neben steigenden Verkaufszahlen noch weitere Benefits:

- Die Produktinformationen sind in diversen Sprachen abrufbar.
- Das verfügbare Produktzubehör vor Ort wird angezeigt.
- Auch Produktvarianten, die nicht auf der Verkaufsfläche, sondern im Lager stehen, werden angezeigt. (Prinzip verlängerte Ladentheke)

### Den Verkaufsberater auf der Fläche optimal unterstützen

Die Verkaufsberater im Globetrotter Dresden werden so optimal unterstützt. Das Display dient für sie als Übersetzer: Der Tourist aus China erhält genauso seine Produktinformationen wie der Austauschschüler aus England. Darüber hinaus zeigt es, welche Artikel zum gescannten Produkt passen. Bei einem Rucksack „Futura 20 SL“ sind beispielsweise verschiedene Trinkblasen sowie ein „Erste-Hilfe-Set“. Last but not least weiß das Verkaufsdisplay nicht nur welche Deuter-Artikel auf der Verkaufsfläche vorhanden sind, sondern auch welche Produktvarianten im Lagerraum sind. Dementsprechend müssten pro Rucksacktyp nicht mehr alle Farben im Shop ausgestellt werden. Möchte ein Endkunde statt des blauen den roten Rucksack sehen, holt der Verkaufsberater das Modell schnell aus dem Lager. So wird die begrenzte Verkaufsfläche optimal genutzt.



Rainer Wenninger

Rainer Wenninger sagt: „Dank des Verkaufsdisplays haben wir im Shop eine Triple-Win-Situation: Wir als Hersteller erreichen den Endkunden mit allen Produkt- und Markenmehrwerten in unserem Deuter-Look. Der Händler hat alle Kaufargumente, in etwaigen Sprachen samt Bestand in Echtzeit auf seiner Verkaufsfläche. Der Endkunde wird im Moment der Kaufentscheidung bestmöglich informiert ohne aufwändiges Suchen. Das ist genau das Miteinander, das wir als Sportmarke leben möchten.“

Pressekontakt:

**Marc Mombauer** · PR & Marketing Manager

Tel.: 0711 914 017 51 · E-Mail: [marc.mombauer@loadbee.com](mailto:marc.mombauer@loadbee.com)

