

FORUM

Das Kundenmagazin der Stieglmeyer-Gruppe



Wir bieten ein sehr starkes Einkaufserlebnis

28. November 2018 // **Kunden & Partner**

Rehashop.de ist ein wichtiger Online-Anbieter von Betten und weiteren Hilfsmitteln für die Pflege zuhause. Betrieben wird diese E-Commerce-Plattform von der Proteno GmbH, einer Tochtergesellschaft des großen Sanitätshausunternehmens Kaphingst im hessischen Lahntal. Proteno-Betriebsleiter Sascha Viereck sprach mit dem FORUM über die Stärken und besonderen Anforderungen des medizinischen Online-Fachhandels.

Rehashop-Betriebsleiter Sascha Viereck setzt auf hohe Qualität im Online-Handel mit Pflegehilfsmitteln

Rehashop.de ist ein wichtiger Online-Anbieter von Betten und weiteren Hilfsmitteln für die Pflege zuhause. Betrieben wird diese E-Commerce-Plattform von der Proteno GmbH, einer Tochtergesellschaft des großen Sanitätshausunternehmens Kaphingst im hessischen Lahntal. Proteno-Betriebsleiter Sascha Viereck sprach mit dem FORUM über die Stärken und besonderen Anforderungen des medizinischen Online-Fachhandels.

Herr Viereck, bitte stellen Sie sich vor.

Nach dem Studium der Betriebswirtschaft bin ich 2001 bei Kaphingst eingestiegen. Meine Herausforderung war es, den Betriebskanal E-Commerce aufzubauen – das war damals in der Branche visionär, es gab fast kein Angebot im Internet. Wir sind 2001 mit einem Online-Shop für den Fitness-Bereich gestartet. 2003 folgte ein zweiter Shop für Reha-Hilfsmittel, der heutige Rehashop. 2005 wurde unser Online-Bereich zur eigenständigen Tochtergesellschaft. Mittlerweile ist Rehashop eine der größten E-Commerce-Plattformen im Pflegebereich. Unsere Gesellschaft haben wir gerade in Proteno GmbH umbenannt, weil es noch kürzer und moderner klingt als Kaphingst-Online und in der Kommunikation mit den Krankenkassen Verwechslungen zwischen uns und dem stationären Handel von Kaphingst vermeidet. „Pro“ steht für professionell, „teno“ erinnert an Tenor, weil wir am Markt den Ton angeben möchten.

Worin besteht die Arbeit bei Proteno?

Ich leite die Gesellschaft als Chief Digital Officer mit einem dynamischen Team von 35 Mitarbeitern. Wir

arbeiten sehr spezialisiert. Es gibt zum Beispiel eine Content-Abteilung, die Suchmaschinen-optimierte Texte schreibt und Facebook-Marketing betreibt. Wir haben eine Grafik-Abteilung, die unsere hochwertigen 360°-Abbildungen in Szene setzt. Unsere Entwicklungsabteilung übernimmt die Programmierung und setzt neue Features für unsere Kunden um. Untergebracht sind wir am Kaphingst-Hauptstandort in Lahntal. Hier befindet sich auch unser Zentrallager, aus dem 90 % der Ware versandt wird. Einige unserer Partner liefern ihre Produkte direkt an die Kunden aus, dazu gehört auch Burmeier. In Düsseldorf haben wir einen Flagship-Store eröffnet, in Zukunft wollen wir solche Showrooms ausbauen.



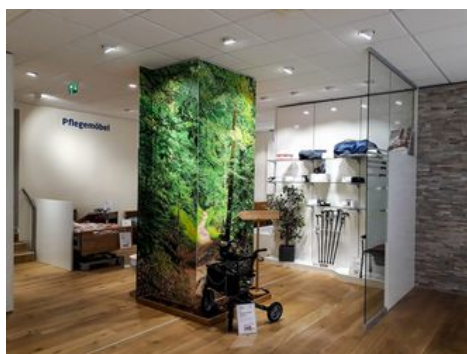
Rehashop-Betriebsleiter Sascha Viereck kam in 2001 zum Unternehmen und übernahm den Aufbau des Betriebskanals E-Commerce. Foto: PROTENO GmbH

Unterscheiden sich Ihre Kunden von denen im stationären Fachhandel?

Ältere Menschen werden immer technikaffiner, dadurch wächst unsere Zielgruppe. Auch 70- und 80-Jährige schauen sich unsere Seiten an und lassen sich telefonisch von uns beraten. Wir haben geschulte Mitarbeiter, die sich sehr gut mit den Produkten auskennen und alle Fragen beantworten können. Wir bieten auch Montagelieferungen an. Alles, was im Sanitätshaushausgeschäft erwartet wird, können wir ohne Probleme abdecken. Der Unterschied zum sonstigen Angebot von Kaphingst liegt darin, dass sich unser Rehashop auf den Freiverkauf fokussiert, also keine Fallpauschalenbetten auf Rezept anbietet. Wir konzentrieren uns auf eine hohe Markenqualität, ein sehr starkes Einkaufserlebnis und kurze Lieferzeiten. Bei uns kauft der Kunde ein neues Pflegebett, das zuvor noch nicht im Einsatz war – das sorgt für ein gutes Gefühl. Wir bieten attraktive Preise an, sodass die Entscheidung für ein gutes privates Bett viel leichter fällt. Das Thema Freiverkauf wird für die Kunden immer interessanter.

Von Burmeier sind im Rehashop Betten der Dali-Serie, Regia und Inovia, der Betteinsatz Lippe und weitere Modelle erhältlich. Welche Betten kommen im Freiverkauf besonders gut an?

Meine Lieblingsprodukte sind die sehr wohnlichen Ambiente-Betten, also Inovia und Regia. Diese Modelle sehen nicht wie Pflegebetten aus, sie lassen sich gut in das Wohnumfeld integrieren. Wir merken am Feedback unserer Kunden, dass diese Betten sehr beliebt sind. Auch das Dali bietet ein gutes Verhältnis vom Preis zur Markenqualität und verkauft sich daher sehr oft. Absolut wichtig ist das „Customising“, also die Anpassbarkeit der Betten an den persönlichen Geschmack. Zum Beispiel bieten wir als Alternative zum klassischen Buche-Dekor auch Kirsche an. Die Kunden nehmen das gerne wahr. Auch das Magnolia-farbene Westfalia-Klassik von Burmeier finde ich spannend. Wir müssen in Zukunft mehr wie im normalen Möbelbereich denken. Die Menschen werden immer älter und werden beim Thema Pflege höhere Design-Ansprüche stellen. Ein funktionales Thema, das zurzeit stark aufkommt, sind geteilte Seitensicherungen. Die Kunden schätzen die Möglichkeit, Schutz und Freiheit flexibel zu verbinden.



Interessieren Sie ich für die Digitalisierung bei Burmeier – also Kommunikationssystem CCS, Apps, kabelloser Handschalter?

Da sage ich als E-Commerce-Anbieter zu 100 % ja! Mit dem Thema Smart Home können wir in Zukunft wachsen, auch wenn es in Deutschland etwas länger dauert als in anderen Ländern. Ich hoffe, dass solche digitalen Produkte bald zu einem attraktiven Preis marktreif werden.

Welche Wünsche haben Sie sonst noch an Burmeier?

Ich wünsche mir eine noch engere Key-Account-Betreuung und eine optimierte Kommunikation über Produktneugkeiten. Eine massentaugliche Weiterentwicklung des Kommunikationssystems CCS würde für uns einen echten Mehrwert im Vergleich zum Wettbewerb schaffen. Beim Thema Customising wäre ein Konfigurator gut, mit dem sich die Kunden ihre Betten auch selbst zusammenstellen können ...

... genauso einen Konfigurator für die Modelle Regia und Inovia haben wir gerade auf www.burmeier.com zum Download veröffentlicht.

Das ist ja wunderbar. Damit verbunden sind für mich entsprechende Logistikprozesse im Hintergrund. Für ein erfolgreiches Customising müssen die ausgewählten Produkte schnell lieferfähig sein. Spannende Themen also, die unseren gemeinsamen Erfolg in der Zukunft bestimmen werden.