

18. Juli 2016

„Wir wollen Sanitätshäuser nicht zu Ofa-Filialen machen“

Ofa Bamberg unterstützt die Markenbildung des Sanitätsfachhandels mit individuellen Konzepten.

Zum ersten Mal sind am 16. Juni in Berlin die Preisträger des German Brand Award gekürt worden – darunter auch Ofa Bamberg in der Kategorie Industry Excellence in Branding. Der Hilfsmittelhersteller wurde als eine der besten Unternehmensmarken im Bereich Medical & Health ausgezeichnet. Im Interview erläutert Marketing-Leiterin Carola Essig die Markenstrategie des Unternehmens, die konsequent den Fachhandel in den Mittelpunkt stellt.

Frau Essig, Sie sind seit 2006 bei Ofa Bamberg – wie hat sich die Markenführung seitdem entwickelt?

Wir sind ein Unternehmen mit über 85-jähriger Geschichte – so ist auch unser Markenportfolio historisch gewachsen. Der Name Ofa beispielsweise geht auf die Initialen des Firmengründers Otto Fankhänel zurück, ebenso wie andere Markenbezeichnungen auf die Namen von Familienmitgliedern. Daraus sind starke Einzelmarken wie Gilofa geworden. Als ich vor zehn Jahren bei Ofa anfang, wurden alle Marken separat geführt, die Unternehmensmarke war nicht mehr als die Herstelleradresse auf der Packungsrückseite.

Warum haben Sie Ihre Strategie geändert?

Die Einzelmarkenstrategie war lange erfolgreich, aber die Rahmenbedingungen haben sich gewandelt. Über die Jahre ist mit dem Unternehmen auch die Produktpalette stetig gewachsen. Wir wollten die Stärke unserer etablierten Marken auch bei der Einführung neuer Produkte nutzen. Deshalb haben wir 2011 begonnen, Ofa Bamberg als Dachmarke stärker in den Vordergrund zu rücken. Im Zuge des Relaunchs unserer Kompressionsstrumpf-Linie Memory haben wir zunächst unsere Phlebologie-Marken unter einem gemeinsamen Markendach integriert. 2014 folgte der Orthopädie-Bereich. So ist es uns gelungen, dass Marketingmaßnahmen nicht nur auf eine, sondern auf alle Marken einzahlen.

Und dafür ist Ofa Bamberg nun mit dem German Brand Award ausgezeichnet worden?

Nicht nur, denn wir gehen noch weiter: Mit der Dachmarkenstrategie haben wir unser Produktportfolio strukturiert – doch Ofa bietet viel mehr als das. Für unsere Fachhandelskunden sind wir in der Regel nicht nur Lieferant, sondern auch Partner für Weiterbildung, Marketing und Netzwerkarbeit. Dieses viel breitere Leistungsspektrum haben wir in einem Baustein-Konzept gebündelt, mit dem wir dieses Jahr an den Markt gehen und für das wir auch den German Brand Award erhalten haben.

[Bilder zur freien Verwendung bitte mit Urhebervermerk Ofa Bamberg; Ofa_Image_87-1 Foto: Manuel Debus]

Kontakt:

Caroline Keilig
Kommunikationsmanagerin Orthopädie

Tel. 0951-6047-416
Fax 0951-6047-185
presse@ofa.de

Ofa Bamberg GmbH
Laubanger 20
96052 Bamberg

Geschäftsführer:
Dr. Hartwig Frinke
Amtsgericht Bamberg HRB 4121

18. Juli 2016

Was genau verbirgt sich hinter Ihrem Konzept?

Wir nennen es „Sieben Bausteine für den Erfolg“ und es ist ein ganzheitliches Kooperationsangebot für den Sanitätsfachhandel. Als Hersteller bieten wir natürlich ein klar strukturiertes Produktprogramm – das ist der erste und wichtigste Baustein. Das Sortiment steht und fällt mit drei weiteren Bausteinen – herausragenden Innovationen, überzeugender Qualität und zuverlässigem Service. Darüber hinaus verstehen wir uns aber auch als Dienstleister für unsere Fachhandelskunden und unterstützen sie individuell mit Schulungen, Werbemaßnahmen und Networking. Das sind die Bausteine 5 bis 7.

Unterstützungsangebote seitens der Industrie gibt es viele – was bietet Ofa Bamberg Besonderes?

Unser Ansatz ist ganzheitlich und vor allem stellt er konsequent das Sanitätshaus in den Mittelpunkt. Wir wollen unsere Kunden nicht zu Ofa-Filialen machen, sondern ihren eigenen Markenauftritt stärken. Denn vor Ort muss sich das Sanitätshaus als qualifizierter, unabhängiger Gesundheitspartner behaupten – gerade angesichts der Fülle an Gesundheits- und Wellnessangeboten und der Konkurrenz aus dem Internet. Deswegen nehmen wir uns am Point of Sale bewusst zurück. Unsere Dekorationen etwa oder unser Ladenbaukonzept haben eine klare, aber dezente Gestaltungslinie, die sich sowohl in klassische als auch in moderne Verkaufsräume integriert. Sie bringen Leben und Emotionen ins Geschäft, ohne in Konkurrenz mit der Fachhandelsmarke zu treten.

Was versprechen Sie sich als Hersteller von diesem Vorgehen?

Wir sind überzeugt, dass Handel und Hersteller die aktuellen Herausforderungen der Branche am besten gemeinsam meistern. Unser Markt ist im Wandel, hat aber gleichzeitig enormes Potenzial: Mit den Ansprüchen der Kunden steigt oft auch die Bereitschaft, aus eigener Tasche in die Gesundheit zu investieren. Hier haben Sanitätshäuser die Chance, sich als starke Gesundheitsmarke vor Ort zu positionieren. Davon profitieren auch wir als Hersteller, denn der Sanitätsfachhandel ist unser wichtigster Absatzkanal. Deshalb bauen wir auf langfristige Partnerschaften. Unsere Fachberater entwickeln gemeinsam mit dem jeweiligen Haus passgenaue Strategien – von der Sortiments- und Preissegmentierung über begleitende Mitarbeiterschulungen bis hin zum wirkungsvollen Außenauftritt. Dafür steht die Dienstleistungsmarke Ofa Bamberg.

German Brand Award

Der German Brand Award ist nach eigenen Angaben „der erste Wettbewerb, der alle Fachdisziplinen der modernen Markenführung abdeckt“, so Andrej Kupetz, Jurymitglied und Hauptgeschäftsführer des Rats für Formgebung. Ziel sei es, „wegweisende Marken und Markenmacher zu entdecken, zu präsentieren und zu prämiieren“. Ausgelobt wird die Auszeichnung vom German Brand Institute und dem Rat für Formgebung, der 1953 vom Deutschen Bundestag ins Leben gerufen und vom Bundesverband der Deutschen Industrie gestiftet wurde, um die Wettbewerbsfähigkeit deutscher Unternehmen zu stärken.

[Bilder zur freien Verwendung bitte mit Urhebervermerk Ofa Bamberg; Ofa_Image_87-1 Foto: Manuel Debus]

Kontakt:

Caroline Keilig
Kommunikationsmanagerin Orthopädie

Tel. 0951-6047-416
Fax 0951-6047-185
presse@ofa.de

Ofa Bamberg GmbH
Laubanger 20
96052 Bamberg

Geschäftsführer:
Dr. Hartwig Frinke
Amtsgericht Bamberg HRB 4121

18. Juli 2016



Ofa_Image_87-1: Verleihung des German Brand Awards 2016 am 16. Juni in Berlin
(Foto: Manuel Debus).



Ofa_Image_87-2: Ofa Bamberg ist Preisträger des German Brand Award 2016 in der Kategorie Industry Excellence in Branding.



Ofa_Image_87-3: Für sein ganzheitliches Fachhandels-Konzept „Sieben Bausteine für den Erfolg“ wurde Ofa Bamberg als eine der besten Unternehmensmarken im Bereich Medical & Health ausgezeichnet.

[Bilder zur freien Verwendung bitte mit Urhebervermerk Ofa Bamberg; Ofa_Image_87-1 Foto: Manuel Debus]

Kontakt:

Caroline Keilig
Kommunikationsmanagerin Orthopädie

Tel. 0951-6047-416
Fax 0951-6047-185
presse@ofa.de

Ofa Bamberg GmbH
Laubanger 20
96052 Bamberg

Geschäftsführer:
Dr. Hartwig Frinke
Amtsgericht Bamberg HRB 4121

18. Juli 2016



Ofa_Image_87-4: Das neue Ladenbau-Konzept, das Ofa Bamberg im Mai auf der OTWorld in Leipzig vorgestellt hat, ist nur ein Beispiel, wie das Unternehmen den Fachhandel in Sachen Marketing unterstützt.



Ofa_Image_87-5: Die Dekorations-Materialien von Ofa Bamberg bringen Leben und Emotionen ins Geschäft, ohne in Konkurrenz mit der Fachhandelsmarke zu treten.



Ofa_Image_87-6: Carola Essig, Marketing-Leitung Ofa Bamberg.

[Bilder zur freien Verwendung bitte mit Urhebervermerk Ofa Bamberg; Ofa_Image_87-1 Foto: Manuel Debus]

Kontakt:

Caroline Keilig
Kommunikationsmanagerin Orthopädie

Tel. 0951-6047-416
Fax 0951-6047-185
presse@ofa.de

Ofa Bamberg GmbH
Laubanger 20
96052 Bamberg

Geschäftsführer:
Dr. Hartwig Frinke
Amtsgericht Bamberg HRB 4121