

BAYTRONIC BAUT NABO-SORTIMENT WEITER AUS

# Schmucke Stücke

Mit Produkten am Puls der Zeit, von brandneuen OLED-Fernsehern über stilvolle Retro-Kühler bis hin zur innovativen Kombi aus Mikrowelle und Heißluftfritteuse, schickt sich Nabo an, den „Großen“ das Wasser zu reichen. Und hat sich damit längst aus dem Schattendasein einer typischen B-Marke herausentwickelt – nicht zuletzt dank der fachhandelsorientierten Vermarktung und der weitreichenden Unterstützung für die Handelspartner.

TEXT: Wolfgang Schalko | FOTOS: Baytronic | INFO: www.baytronic.at, www.nabo.at



Die TV-Flaggschiffe von Nabo: Links der brandneue 4K OLED OL9000, rechts die 4K Quantum Dot-Serie QL8000.

**A**llem Anschein nach wird das heurige Jahr für Baytronic mindestens so erfolgreich wie das vorige – „Und 2020 war trotz der Covid-Pandemie für uns das beste Jahr aller Zeiten“, hält Produkt-/Marketingmanager Jan Königsberger fest. Besonders erfreulich sei diese Entwicklung deshalb, weil man aufgrund der bekannten Problematiken vom Chip-

mangel über gestiegene Produktionskosten bis hin zur beeinträchtigten Lieferlogistik nicht unbedingt mit einfacheren Gegebenheiten konfrontiert gewesen sei.

optimal sein sollten. Diese Entscheidung hat sich ausgezahlt. So hat sich beispielsweise der Bereich Kühlen sehr erfreulich entwickelt.“

## RISIKO WURDE BELOHNT

Insbesondere die Preissituation und die Lieferschwierigkeiten machten (und machen) der gesamten Branche zu schaffen. „Wir haben versucht, Preiserhöhungen so weit wie möglich zu kompensieren – so wie wir das in der Vergangenheit immer getan haben“, schildert Königsberger. Somit wurden Erhöhungen nur z.T. an die Händler und Endkunden weitergegeben, den weitestgehend größeren Teil „schluckte“ Baytronic. Wichtiger als der Preis sei heuer aber ohnehin die Warenversorgung gewesen, fügt Königsberger hinzu: „Wir haben schon zu Jahresbeginn Risiko genommen und uns vorgenommen, dass wir unbedingt lieferfähig bleiben müssen – auch wenn die Konditionen nicht

## ANGEBOT IMMER BREITER

Traditionell stehen bei der Marke Nabo zwei Produktgruppen im Fokus: Kühlen in der Weißware und TV-Geräte in der Unterhaltungselektronik – und da wie dort ist man mittlerweile entsprechend breit aufgestellt.

Das TV-Sortiment reicht mittlerweile vom Einstiegsgerät mit 21“ Diagonale und

## VERSTÄRKUNG IM AD



Baytronic hat sich für die Betreuung der Region West-Österreich einen erfahrenen Branchenkenner an Bord geholt: Andreas Kern ist seit kurzem Ansprechpartner

für Handelspartner in Tirol, Vorarlberg und Südtirol. Der gelernte Einzelhandels- und Fotokaufmann war u.a. rund 10 Jahre in leitenden Vertriebspositionen bei Kodak sowie rund 8 Jahre als Area Sales Manager bei Philips (TV und SDA) tätig. Zuletzt verantwortete der 47-Jährige als Key Account Manager bei Haier das Haushaltsgroßgeräte-Geschäft in Österreich.



Die Nabo 4K UA7500-Serie überzeugt mit HDR, SmartTV-Features, Triple-Tuner, Hotel-Mode, JBL Sound und 5 Jahren Garantie.



Mit kompakten, praktischen Multitalenten wie dem Dampfbackofen DBO 2900 (li.), der Einbau-Mikrowelle MWE 2050 in Edelstahl-Ausführung (Mi.) und der Kombi-Mikrowelle MWO 2900 mit Homefry-Funktion (re.) baut Baytronic das Nabo WW-Portfolio aus.

12V-Anschluss bis hin zum 65“ QLED- sowie – brandneu – OLED-Modell. „In diesem Bereich haben wir in den letzten Jahren eine enorme Entwicklung vollzogen, da hat sich extrem viel getan – es ist wirklich schön, das zu begleiten“, freut sich Königsberger und kann auch in der UE auf „sehr erfreuliche Zuwächse“ verweisen.

Diese basieren zunehmend auf den Audio-Produkten, insbesondere den Kopfhörern, wo man eine ganze Reihe vom Modellen für unterschiedlichste Bereiche und Anforderungen im Programm hat. „Wir wollen viele Zielgruppen ansprechen und überall interessante Produkte bieten – auch um Nabo überall platzierbar zu machen und damit in weiterer Folge die Brand Awareness zu erhöhen“, erklärt Königsberger. „Denn alles, was wir auf den Markt bringen, fußt ja auf der Resonanz aus dem Handel. D.h. wir haben offene Ohren und Augen für unsere Partner bzw. was diese wünschen und verkaufen können. Damit sind wir bisher gut gefahren.“

Bewerkstelligen lässt sich das jedoch nur mit einer entsprechend großen Außendienstmannschaft sowie einem entsprechendem Service im Hintergrund. „Wir wollen ja nicht nur verkaufen, sondern eine langfristige Zusammenarbeit mit unseren Partnern etablieren, daher spielt der Kundenservice eine zentrale Rolle“, so Königsberger. Dahingehend ist Baytronic gerade am Expandieren und baut den Servicebereich in Asten kräftig aus (mehr dazu in der Dezember-E&W).

### BUNTER MARKETING-MIX

So vielfältig wie das Produktangebot sind auch die Unterstützungsmaßnahmen für Händler: Diese reichen von einer virtuellen Hausmesse mit diversen Aktionen, wie z.B. TV-Geräte-Bundles mit einer PlayStation 5, über einen Weihnachtsadventkalender mit täglichen Angeboten bis hin zum Black Friday. Dieser ist bei Baytronic heuer ein „großes Thema“ – allerdings nicht zu den Endkunden, sondern zu den Handelspartnern hin.

Darüber hinaus setzt man auf Content Marketing, mit kurzweiliger (Video-)Inszenierung der Produkte für Social Media. „Wir möchten unsere Marke auf diesen neuen Plattformen präsentieren machen – schließlich wollen wir Nabo ja nicht verstecken, sondern nach außen tragen“, betont Königsberger. Zudem ist rund um den neuen MWO 2900, einen Mikrowellenofen mit Homefry- und Grillfunktion, sowie den Dampfbackofen DBO 2900 eine Kooperation mit dem „Falstaff“-Magazin geplant. In Planung befindet sich auch eine neue Händler-Plattform für Nabo. Diese soll 2022 online gehen und Marketingmaterial von Produktbildern bis hin zur POS-Gestaltung bereithalten.

### HIGHLIGHTS IM HERBST

Im TV-Bereich wurde die UHD SmartTV-Reihe UA7500 vor kurzem von der Quantum Dot-Serie QL8000 an der Spitze des Portfolios abgelöst. Diese ist in den drei Größen 65, 55 und 50 Zoll verfügbar (UVP: 1.299, 899 bzw. 799 Euro) und besticht neben Detail- und Farbreichtum sowie hohen Kontrast- und

Helligkeitswerten u.a. durch Kompatibilität zu Sprachassistenten, JBL-Sound inkl. integriertem Subwoofer und 5 Jahren Werksgarantie. Für das Weihnachtsgeschäft legt Baytronic nochmals nach und bringt das erste 4K OLED-TV-Modell von Nabo. Der OL9000 ist in 65 und 55 Zoll erhältlich (UVP: xyz bzw. zyx Euro) und wie der QL8000 top ausgestattet – bis hin zum integrierten JBL Sound und ebenfalls 5 Jahren Garantie.

Bei den Haushaltsgeräten launchte Baytronic heuer bereits den Dampfbackofen DBO 2900 (UVP: asd Euro), der mit 1.800 W Dampfleistung und 1 Liter Wassertank insgesamt fünf Leistungs- und drei Dampfstufen bietet. Außerdem kann der 20 Liter mit einer Grill-/Konvektionsfunktion genutzt werden. Weitere Highlights sind der MWE 2050 (UVP: qwe Euro), ein Einbau-Mikrowellenofen mit Grillfunktion in Edelstahl-Optik, sowie der MWO 2900 (UVP: dsa Euro), ein Kombi-Mikrowellenofen mit Grill- und Homefry-Funktion. Diese ermöglicht es, Speisen mit nur einem Tropfen Öl innen und außen knusprig zu garen.

### NABO-ZUBEHÖR: CLEVER UND „GRÜN“

So praktisch Blister-Verpackungen aus Sicht des Herstellers auch sein mögen – im Sinne der Umwelt sind sie nicht. Deshalb hat Baytronic bereits in der ersten Jahreshälfte damit begonnen, alle Verpackungen von Kabeln, Audio-Produkten und sonstigem Zubehör auf Karton umzustellen. „Das kostet nur

unwesentlich mehr und reduziert auf einfache Weise Plastik und Müll“, führt Jan Königsberger dazu aus.

Zu den derzeit angesagtesten Zubehör-Artikeln zählt das 20 Watt Dual USB Schnell-Ladegerät „Nabo UC 300“. Der Quick Charger 3.0 kommt im schlanken, weißen Design und ist mit je einem USB-A sowie USB-C Anschluss ausgestattet. Praktischerweise könne diese auch zum gleichzeitigen Aufladen von Geräten verwendet werden.

