

CUSTOMER SUCCESS STORY



beurer

Gesundheit und Wohlbefinden

Wie Beurer mit nur einem
Fulfillment-Standort
ganz Europa erobert



beurer



Gesundheit ist Vertrauenssache - auch beim Versand

Im Bereich Gesundheit und Wohlbefinden gibt es keine Kompromisse. Jedes Produkt, das Beurer verlässt – sei es ein Blutdruckmessgerät, eine Tageslichtlampe oder ein Inhalator – trägt die Verantwortung für das Wohlbefinden eines Menschen. „Wir möchten, dass es dir gut geht!“ ist das Motto des Unternehmens aus Ulm.

Doch der Versand solcher medizinischen Geräte ist eine Herausforderung. Nicht nur, weil viele Produkte spezielle Anforderungen wie Temperaturregulierung und den sicheren Umgang mit Batterien erfordern, sondern auch wegen der komplexen Vorschriften in den verschiedenen Ländern, in die Beurer seine Produkte versendet.

Zu Beurer gehören ebenfalls **Antelope** mit ihrem EMS-Equipment und andere Marken.

Ein Jahrhundert Expertise im Dienst der Gesundheit

Seit über 100 Jahren steht Beurer an der Spitze der Gesundheitstechnologie. Was einst mit Heizkissen begann, hat sich zu einem umfangreichen Sortiment von über 500 spezialisierten Produkten entwickelt – von der Schönheitspflege über Haushalt und Fitness bis hin zur Babyüberwachung.

Die Mission des Unternehmens ist es, hochwertige Produkte zu entwickeln, die den neuesten Trends entsprechen und ihren Kunden helfen, gesund zu bleiben. Doch mit Erfolg kommt Verantwortung – und die Anforderungen an den Versand sind nicht weniger komplex als die Produkte selbst.

Im B2B-Bereich ist Beurer bereits in über 100 Ländern vertreten und gut aufgestellt. Daher macht es uns stolz, dass diese Expansionsstrategie maßgeblich durch die Bündelung unserer **PARCEL.ONE**- und **FULFILL.ONE**-Lösungen auch im B2C-Markt erfolgreich fortgesetzt werden konnte.

Der B2B Player Beurer wusste: Für das Endkundengeschäft braucht es Experten. Das war der Startschuß für eine erfolgreiche Zusammenarbeit.



DIE HERAUSFORDERUNGEN

Versand von Gesundheitsprodukten - Mehr als nur Logistik

Mit dem wachsenden Gesundheitsbewusstsein seit der Pandemie explodierte die Nachfrage nach präventiven Gesundheitsprodukten. Doch diese Produkte müssen nicht nur produziert, sondern auch sicher und effizient versendet werden.

Einige Geräte benötigen eine **konstante Temperaturkontrolle**, andere enthalten **Akkus**, die als **Gefahrgut** klassifiziert sind – ein Albtraum für den unerfahrenen Logistiker.

Beurer stand Anfang 2022 vor einer Reihe von Herausforderungen: Besonders an den **Laufzeiten internationaler Sendungen** musste gearbeitet werden, da diese bis dato zu lang waren. Außerdem kam das Thema der **Chargenverfolgung** auf. Die Nachverfolgung von Sendungen ist nicht nur für Endkunden ein wichtiger Punkt, sondern auch für das Unternehmen selbst. Dazu kamen noch Herausforderungen bei den **Retouren**. So wurden nach Sonderlösungen gesucht, sodass Retouren einfach und sicher vollzogen werden können. Eine weitere Hürde war das **Anbinden von lokalen Marktplätzen** und einer **Zustellung**, wie sie im jeweiligen Land üblich ist, während die Ware aber in einem Zentrallager liegt und so immer Cross-Border verschickt werden muss.

Schließlich muss ein internationales Unternehmen wie Beurer sich auch mit den lokalen Verordnungen beschäftigen. Beim Punkt Verpackungsverordnung der EU gibt es in den einzelnen Ländern immer wieder Neuerungen, auf die eingegangen werden muss.

So beispielsweise in Frankreich: Hier müssen recycelbare Produkte und Verpackungen, die vom Endkonsumenten entsorgt werden, mit dem **Triman-Logo** gekennzeichnet werden.

Diese und weitere Vorschriften gilt es zu kennen und umzusetzen. Auch wenn dies als kleine Herausforderung aufgefasst wird, können Versäumnisse hier zu großen Konsequenzen führen. Beurer wusste: Sie brauchen einen Partner, der diese Herausforderungen meistert.

Das Triman-Logo



Warum für deutsche Händler wichtig?

Wenn du als deutscher Händler Waren nach Frankreich versendest, bist du von den französischen Vorschriften betroffen. Dies bedeutet, dass du das Triman-Logo auf Verpackungen, Produkten und Beipackzetteln anbringen musst, die in Frankreich verkauft werden, sofern diese Produkte unter die französischen Gesetze zur erweiterten Herstellerverantwortung (Extended Producer Responsibility, EPR) fallen.

Dies gilt insbesondere für folgende Kategorien:

- Verpackungen (einschließlich Versandverpackungen)
- Elektronische Geräte
- Textilien

Durch das Anbringen des Logos zeigst du, dass du die gesetzlichen Vorgaben in Frankreich einhältst und trägst dazu bei das Recycling zu fördern.

DIE LÖSUNGEN

PARCEL.ONE und FULFILL.ONE - Die perfekte Logistik-Kombination für Beurer

Nach einem gründlichen Auswahlprozess entschied sich Beurer für die Lösungen der PARCEL.ONE-Familie, da sie zusätzlich zur Cross-Border-Expertise von PARCEL.ONE auch auf die Services und Kenntnisse der Fulfillment-Experten von FULFILL.ONE zurückgreifen konnten.

Die Kombination aus zwei unterschiedlichen Logistikdienstleistungen aus einer Hand bot Beurer die Möglichkeit einer effizienteren Kommunikation zwischen allen Abteilungen sowie deutlich schnellere Abwicklungszeiten.

Somit konnten wir beweisen, dass wir die Anforderungen von Beurer nicht nur verstanden haben, sondern auch übertreffen.

Der Startschuss fiel mit dem Versand nach Frankreich, wo unsere FULFILL.ONE-Kollegen dank ihres Wissens um lokale Vorschriften brillieren konnten. Der Erfolg dieser Zusammenarbeit führte zu einer raschen Expansion: Weitere Märkte wie **Polen**, die **Niederlande** und **Belgien** folgten bald.

Hier durfte sich unser PARCEL.ONE-Team in spezieller Form beweisen, da es vor allem für Polen eine besondere Anforderung für den Versand gab: die **Zustellung an Locker**.

Beurer erkannte bei uns einen Vorteil gegenüber anderen Anbietern: Aufgrund der Erfassung der Größen und Gewichte in unserem PARCEL.ONE-HUB (Hauptumschlagbasis) werden die richtigen Lockergrößen (abhängig von der Größe des Pakets) für die Zustellung ausgewählt.

94 % der Onlineshopper in Polen entscheiden sich für die Zustellung an sogenannte „Locker“ oder Paketboxen (Quelle: InPost, Kantar-Forschung).

Diese dienen als Selbstbedienungs-, Abhol- und Abgabestation, die rund um die Uhr zugänglich sind. **Die Auswahl der richtigen Lockergrößen wird noch vor der Einlieferung beim finalen Zustelldienst durch unsere speziell dafür entwickelte PARCEL.ONE-Sortieranlage sichergestellt.**

Hierbei wird jede Sendung mit einer **DWS-Einheit** (Dimensioning, Weighing and Scanning System) erfasst und anhand der erfassten Daten die passende Box und die richtige Fachgröße ausgewählt und reserviert. Dadurch wird kein nachträglicher Zuschlag wegen falscher Lockergröße bei InPost ausgelöst und die Lieferezeiten werden nicht unnötig verlängert. Ist eine Sendung wider Erwarten dann doch zu groß für das Fach, wird sie automatisch auf eine alternative Zustellung an die Haustür umgeleitet, wenn der Kunde das wünscht.

Der Empfänger hat die Wahl und wird automatisch über jedes Tracking-Event informiert.

PARCEL.ONES Zustellpartner **InPost** in Polen verfügt über mehr als **22.000** solcher Locker. Diese Paketboxen können, außerdem nicht nur zum Empfang, sondern auch zur Rücksendung der Waren verwendet werden.



Locker - Paketboxen als Abhol- und Abgabestation (Bild: InPost)

Retourenmanagement

Ein weiterer Aspekt dieses Erfolgs war die Implementierung eines effizienten Retourenmanagements. Gemeinsam mit unserem Partner **Trusted Returns** haben wir ein benutzerfreundliches Retourenportal aufgebaut, das es den Kunden ermöglicht, ihre Rücksendungen online einfach zu erfassen. Diese Informationen werden direkt in unser WMS-Software integriert.

Die Retoure wird verarbeitet und der Kunde erhält automatisch seine Rückerstattung – schnell, sicher und transparent. Damit konnten wir den Rücksendeprozess optimieren und das Vertrauen der Endkunden stärken.

Von fünf auf elf: Wie wir gemeinsam den internationalen Versand mehr als verdoppelten

Als Versanddienstleister mit einem klaren **Fokus auf den internationalen Versand** haben wir in den letzten zwei Jahren eine beeindruckende Entwicklung mit Beurer erleben dürfen.

2023 versandte unser Kunde seine Waren mit uns noch in fünf Länder. Im darauffolgenden Jahr wuchs dieser Wert auf elf Länder an – ein deutlicher Beleg für die erfolgreiche Expansion in neue Märkte mit den richtigen Partnern.

Ein Paradebeispiel für diesen Erfolg ist **Frankreich**, wo die Sendungsmengen um über 112 % stiegen. Auch in den **Niederlanden** konnten wir ein Wachstum von fast 100 % verzeichnen, während sich in **Belgien** die Sendungsmengen um 66 % erhöhten.

Zusätzlich zu den bisherigen Märkten haben wir erfolgreich Versandprozesse in sechs neue Länder etabliert, darunter **Österreich, Italien** und **Spanien**.

Diese Expansion war nur möglich, weil wir eng mit unserem Kunden zusammenarbeiteten, um die Logistik zu optimieren und so auch neue Zielmärkte erfolgreich bedienen zu können. Dieser Erfolg steht sinnbildlich für unsere Vision, globale Versandlösungen maßgeschneidert und effizient anzubieten – egal, wie groß oder klein die Herausforderungen sind.

Verpackungsgesetz

Um sicherzustellen, dass alle rechtlichen Vorgaben erfüllt werden, erstellen wir detaillierte Berichte, die genau dokumentieren, welche Mengen an Verpackungsmaterial in welche Länder versandt wurden. Diese Berichte ermöglichen es unserem Kunden, den Materialeinsatz zu optimieren und gleichzeitig gesetzliche Anforderungen mühelos zu erfüllen.

Da Gesundheitsprodukte oft spezielle Anforderungen an die **Seriennummern- oder Chargenerfassung** stellen, haben wir auch hier eine maßgeschneiderte technische Lösung entwickelt. Vor dem Versand erfassen und registrieren wir diese Daten, um sicherzustellen, dass alle Produkte lückenlos nachverfolgt werden können – eine entscheidende Maßnahme für die Sicherheit und Qualität dieser Produkte.

Besonders herausfordernd war das breite Sortiment von Beurer, das von winzigen Pedikürenaufsätzen bis hin zu massiven Massagesesseln reicht.

Doch egal, wie groß oder klein die Artikel sind, wir versenden alles international. Dank unserer automatisierten Prozesse, die wir speziell für unseren Kunden entwickelt haben, konnte er trotz dieser Vielfalt die Menge an Service-Personal gering halten, während wir die Effizienz maximierten.

Ein Blick in die Zukunft: Gemeinsame Ziele und neue Märkte

Dank der reibungslosen Abläufe war der Start für Beurer in neue Märkte ein voller Erfolg, und eine langfristige Zusammenarbeit wurde entsprechend vereinbart.

Aber es werden in Zukunft nicht nur gemeinsam neue Erfolge gefeiert, sondern auch die bestehenden Prozesse weiter optimiert. Zum Beispiel sollen **Adresskorrekturen** zukünftig noch schneller und effizienter erfolgen. Genauso bekommt das **Ticketsysteme** ein Update mit **synchronisierten Schnittstellen**, sodass Anfragen von Endkunden schneller bearbeitet werden können.

Beurer hat schon seit 2009, im B2B-Bereich auf die Internationalisierung gesetzt. In Zukunft wird sich Beurer mit seinen Marken auch im D2C-Geschäft in mehr als 20 Länder und Marktplätzen platzieren.

Beurer und die PARCEL.ONE-Familie - Ein Duo, das Gesundheit sicher in die Welt trägt

Gesundheitsprodukte zu versenden, ist keine leichte Aufgabe. Doch mit dem richtigen Partner wird es möglich. Mit der Kombination der PARCEL.ONE- und FULFILL.ONE-Services hat Beurer seine maßgeschneiderte Logistiklösung gefunden, welche ihre anspruchsvollen Produkte sicher und regelkonform in die ganze Welt transportiert. Gesundheit ist schließlich mehr als ein Geschäft – es ist eine Verantwortung. Und Beurer weiß, dass diese Verantwortung bei uns in den besten Händen liegt.

„“

„Dank unserer Partnerschaft ist es uns gelungen, einen weiteren, entscheidenden Schritt zu machen – von einem klassischen B2B-Unternehmen hin zum erfolgreichen Ausbau unseres D2C-Endkundengeschäfts. Dieser Fortschritt war ein wesentlicher Baustein unserer zukunftsorientierten und nachhaltigen Ausrichtung. Wir haben einen Partner gesucht, der nicht nur belastbar, sondern auch skalierbar ist, und genau das haben wir gefunden. Die Zusammenarbeit mit PARCEL.ONE und FUL-FILL.ONE ermöglicht uns, flexibel zu wachsen und gleichzeitig höchste Effizienz zu wahren. Wir freuen uns, diesen Weg gemeinsam weiterzugehen.“



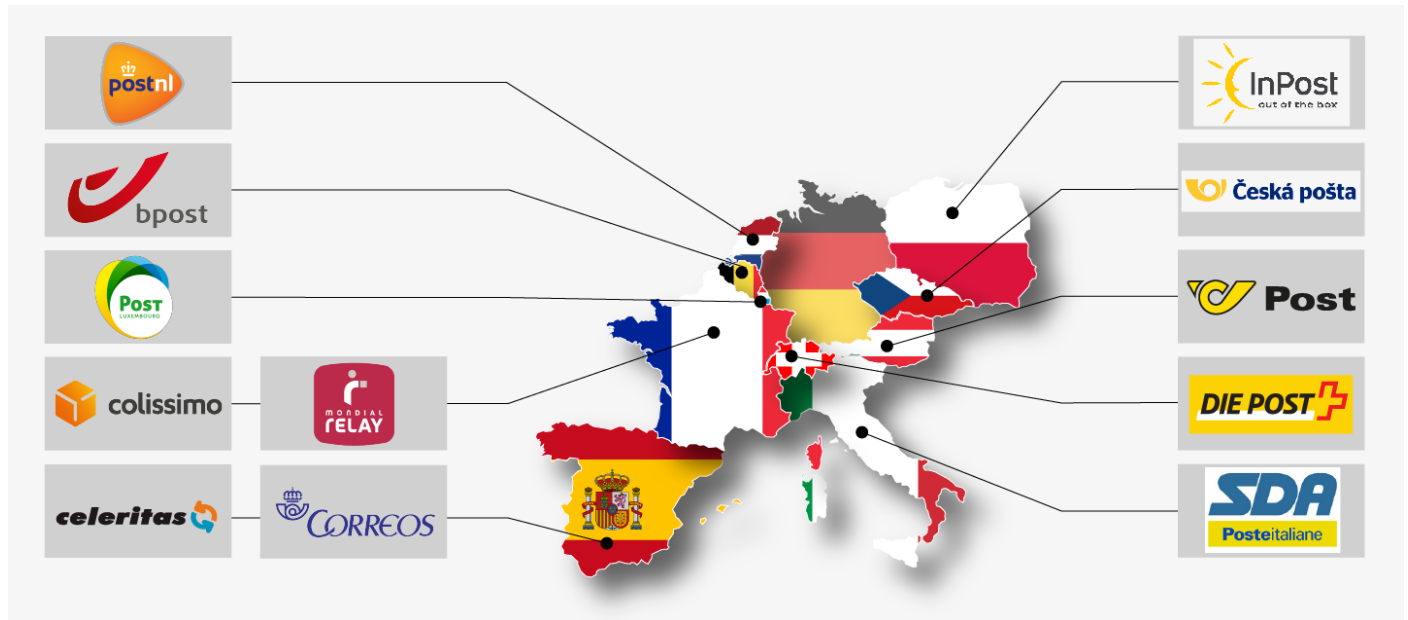
Michael Singer
Director D2C Infrastructure
Leiter Beurer Europe GmbH
Beurer GmbH

„Unsere enge Zusammenarbeit hat gezeigt, dass wir in der Lage sind, komplexe Herausforderungen mit innovativen und technologisch fortschrittlichen Lösungen zu meistern – und das stets mit Blick auf die Bedürfnisse und Wünsche unseres Kunden.“

François Aerts
Key Account Manager
PARCEL.ONE



Das PARCEL.ONE Carrier-Setup für Beurer



beurer

Über 100 Jahre ist es nun her, dass sich das Ehepaar Käthe und Eugen Beurer mit der Idee, elektrische Heizkissen zu produzieren, selbstständig gemacht hat. Mittlerweile besteht das Sortiment aus mehr als 500 Produkten aus den Bereichen Wohlbefinden, Gesundheit, Schönheit, Fitness und Baby. Beurer ist ein Global Player geworden, der mit innovativen Ideen immer den richtigen Trend der Zeit trifft.

Seit 1919 halten wir, was unser Claim verspricht: Gesundheit und Wohlbefinden. Unsere Produktwelten sorgen dafür, dass es dir rundum gut geht! Von den auf Prävention und Diagnose spezialisierten Gesundheitsprodukten über Waagen sowie Therapie- und Massage-Geräte der Kategorie Wohlbefinden bis hin zu unserem Fitness-Bereich, bestehend aus Aktivitätssensoren und Pulsuhren, findest du alles, was zu einem modernen und gesunden Lebensstil gehört. In den Segmenten Schönheit und Baby erwarten dich außerdem Profi-Produkte, die dich im Alltag begleiten.

Durch die kontinuierliche Anpassung an neue Trends und die Berücksichtigung der Bedürfnisse unserer Kunden bieten wir als Vollsortimenter eine gesamte Palette von Preiseinstiegsmodellen bis hin zu hochpreisigen High-End-Produkten.

| | | | |
|-----------------|----------------------------|-----------------|---|
| Mitarbeiter: | 1.700 | Versand mit P1: | 11 Fokus-Länder + ganze Welt |
| Am Markt seit: | 1919 | Kunde seit: | 2023 |
| Produkt: | Gesundheitsprodukte | | |
| Umsatz 2022/23: | 397 Mio. | | |