

BIO-STRATH: FIT FÜR DIE ZUKUNFT

Weg von «einem Produkt für alles» hin zu klaren Lösungen für ein bestimmtes Problem: Mit den neuen Produkten «Vitality» und «Immun» und einem modernisierten internationalen Auftritt läutet die Bio-Strath AG ihre Strategie 2025 ein.

Wie reagiert Bio-Strath auf die Veränderungen im Markt?

Eine 2015 in Auftrag gegebene Marktforschung zeigte: Der Bekanntheitsgrad der Marke Strath ist bei Älteren deutlich höher als bei den Jungen. In der Altersgruppe 24 – 35 Jahre werden jedoch heute am meisten Nahrungsergänzungsmittel konsumiert. Unser Ziel ist es daher, Strath für die Jüngeren – bei den Kunden wie beim Fachhandel – attraktiver zu machen.

Weil wir die alten Indikationen seit 2013 nicht mehr einsetzen dürfen, verwendeten wir in unserer Werbung bereits Bilder, die gezielt Assoziationen auch bei jüngeren Personen auslösen. Mit unserer «Strategie 2025» wollen wir aber nicht nur Jüngere vermehrt ansprechen, sondern das Erscheinungsbild insgesamt modernisieren und mit neuen Produkten die Innovationskraft der Bio-Strath AG in Erinnerung rufen.

Welches sind die Kernpunkte der Zukunftsstrategie?

Marke und Auftritt sollen verjüngt werden und wir verabschieden uns von «einem Produkt für alles». Neue Produkte sollen den Konsumenten klare Lösungen für bestimmte Probleme bieten. Da Online-Marketing in Zukunft eine zentrale



Interview mit Alain Hospenthal, Head of Marketing & Sales der Bio-Strath AG.

Rolle spielen wird, gestalten wir die Internetplattform zusammen mit spezialisierten Partnern komplett neu. Unsere Produkte müssen online schnell auffindbar sein, dies wenn immer möglich weltweit, da 70% unserer Produkte in den Export gehen.

Für Fachgeschäfte ab 15. Februar 2017 bestellbar: die modernisierte und erweiterte Strath-Produktepalette. Neu sind Vitality und Immun.



Wie sehen die Neuerungen im Einzelnen aus?

Die Grosspackungen werden kleiner und handlicher. Dies nicht nur wegen der Preissensitivität, sondern auch, um vermehrt Personen in Einzelhaushalten anzusprechen. Die wichtigste Neuerung aber betrifft die Modernisierung des Erscheinungsbildes und Ausweitung des Sortiments. Die beiden ersten neuen Produkte sind Strath Vitality und Strath Immun.

- Vitality (mit Magnesium): für normale Funktion des Nervensystems, zur Verringerung von Müdigkeit, für normale Muskelfunktion.
- Immun (mit Zink): für normale Funktion des Immunsystems und Schutz der Zellen vor oxidativem Stress.

Dieses Portfolio werden wir in Zukunft noch weiter diversifizieren, um mit entsprechenden Claims zusätzliche Zielgruppen anzusprechen. Wir haben zudem eine Studie am Laufen. Erste Ergebnisse zeigen: Magnesium und Zink wird in Kombination mit den 61 Vitalstoffen des Strath-Komplexes signifikant besser aufgenommen, als wenn der Mineralstoff einzeln verabreicht wird.

Ob all den Änderungen: Was bleibt sich gleich?

Die neue Produktstrategie fusst klar auf unserer Firmenphilosophie: Wir sind ein unabhängiges Familienunternehmen, engagiert, teamorientiert, innovativ. Und wie bis anhin enthalten sämtliche Produkte den bewährten Strath-Komplex mit 61 Vitalstoffen.

Wann beginnt die Bio-Strath-Zukunft für den Fachhandel?

Die neue Produktpalette wird am 15. Februar 2017 bei den Grossisten an Lager sein. Am gleichen Tag wird auch www.bio-strath.com, unsere neue Website aufgeschaltet. Die Kampagne beginnt am 1. März 2017. //

Kontakt

Bio-Strath AG
Mühlebachstrasse 38
8008 Zürich
info@bio-strath.ch
Tel. 044 250 71 00

Bio Strath
for better health