

Partnernews

Gesünder kochen – Kurse bei FORS
Liebherr startet durch: Neuheiten 2011
FORS – die Marke in neuer Frische



AUSGABE 2 / 2010

Schenken Sie Know-how für gesundes Kochen

Ihr Kunde hat verstanden, dass beim Garen mit Dampf Geschmack, Nährstoffe, Farbe und allgemein das Aussehen des Kochguts weitgehend erhalten bleiben – und kann sich trotzdem nicht entscheiden?

Für diese Situation bietet FORS jetzt eine sehr attraktive Lösung: Schenken Sie Ihren Kunden ganz einfach eine Vorführung bei uns im Haus!



Melanie Narracci freut sich auf interessierte Kursteilnehmer

Bei einem Kochkurs in unserer Showküche erfährt er oder sie alles, was man über das Dampfgaren wissen muss. Das bietet sich insbesondere dann an, wenn die Entscheidung zwischen Steamer und Combisteamer schwerfällt. Oder wenn Respekt vor der Bedienung besteht. Denn bei der Vorführung wird schnell klar, wie einfach und logisch die Bedienung eines FORS-Dampfgarers funktioniert.

Wie gehe ich vor?

Sagen Sie Ihren Kunden ganz einfach, dass sie bei uns in Studen einen gratis Kochkurs besuchen dürfen.

Anmelden kann man sich direkt bei der Leiterin, Frau Melanie Narracci (032 374 26 29), oder mittels Anmeldeformular auf www.fors.ch unter News / Steamervorführungen in Studen. ■

Alles da

Sie haben einen interessierten Kunden, aber das entscheidende Gerät nicht im Haus? Wir helfen weiter: Denn in unseren Ausstellungslokalen können sich Ihre Kunden von ausgewiesenen Fachkräften beraten lassen.

FORS AG, Schaftenzholzweg 8, 2557 Studen BE

Öffnungszeiten Expo 600 m²:

Mo–Do: 7.30–12.00 Uhr, 13.00–17.30 Uhr

Fr: 7.30–12.00 Uhr, 13.00–17.00 Uhr

Sa: nach Vereinbarung, Tel. 032 374 26 26

FORS AG, Via Cantonale 27, 6928 Manno TI

Öffnungszeiten Expo 200 m²: nach Vereinbarung
Tel. 091 630 26 26

Liebherr-Highlights 2011 an der IFA



Eine ganze Reihe von FORS-Partnern hat von unserer Einladung profitiert.

Auch im Jahr 2011 wird Liebherr den Fokus auf das Thema Energiesparen legen. An der IFA in Berlin sind entsprechende Neuheiten präsentiert worden. Unsere Gäste kamen in den Genuss einer Exklusivpräsentation.

Was 1924 als «Deutsche Funkausstellung» begann, hat sich inzwischen zur weltgrössten Messe für Consumer Electronics entwickelt. Mit grosser Regelmässigkeit sind hier neuste technische Errungenschaften präsentiert worden, etwa das erste Farbfernseherlebnis in Deutschland oder der weltweit erste CD-Player (1979).

International

2010 hat die Veranstaltung nun ihr 50stes Jubiläum als international ausgerichtete Messe gefeiert – und das mit grossem Erfolg. Bereits vor zwei Jahren hat sich die Ausstellung auch für Elektro-Hausgeräte geöffnet, und dieser Bereich hat sich sofort als feste Grösse etabliert. Dieses Jahr waren energieeffiziente Haushaltsgeräte sogar eines der wichtigen Themen. Klar, dass Liebherr hier brillierte.

Gesund geniessen

So stellte unser Partner beispielsweise eine ganze Reihe von BioFresh-Geräten vor, also Kühlgeräte mit einer Klimazone, welche viele Lebensmittel bis zu dreimal länger frisch hält.

Besondere Aufmerksamkeit genoss die preisgekrönte Kombination CBNes 5167 Premium-Plus mit zwei getrennt regulierbaren Bio-Fresh-Abteilen, die beide zudem als Dry- oder Hydro-Safe benutzt werden können.

Top Design

Auf gebührendes Interesse stiessen aber auch die Geräte der GlassEdition. Mit ihren hochwertigen und rahmenlosen Glasfronten in Schwarz oder Weiss waren die neuen Kombinationen und Standkühlschränke echte Highlights. Unter den Besuchern – nicht zuletzt auch bei vielen FORS-Partnern – war unbestritten, dass Glas als zeitloses, elegantes und pflegeleichtes Oberflächenmaterial jeder modernen Küche gut ansteht. ■



Bis zu dreimal länger haltbar mit BioFresh

Bekenntnis zum Tessin

Im April dieses Jahres ist unser Standort in Manno feierlich eröffnet worden. Dieser Schritt hat den Charakter eines Bekenntnisses: zum Tessin, zur Mehrsprachigkeit, zur Schweiz.

Als Seeländer Firma mit Sitz in der Nähe der zweisprachigen Stadt Biel hatte die FORS AG von Beginn weg einen Sprachbarrieren überschreitenden Charakter. Dass der viel zitierte Röstigraben für uns nicht existiert, bringt auch der neue Claim, «la vie en fors», zum Aus-

druck. Die Eröffnung des Standortes Manno, einige Kilometer nördlich von Lugano, ist somit nicht nur Zeichen einer gesunden und ziel-sicheren Wachstumsstrategie, sondern ein eigentliches Bekenntnis zum Tessin und zu unseren italienischsprachigen Partnern.

Büros und mehr

Neben Büros und einer 200 Quadratmeter grossen Ausstellung gibt es in Manno auch eine Werkstatt sowie Schulungsräume. «Auf diese Weise können wir den Kundendienst im

Tessin verbessern; wir hoffen zudem, südlich des Gotthards rasch neue Fachhandelspartner zu gewinnen», sagt José Simoes, Verkaufsleiter Westschweiz und Tessin. Für das Tagesgeschäft vor Ort ist Davide Pantaleo zuständig. ■



La vie en fors



Liebe Leserin, lieber Leser

Mit dem 30-Jahr-Jubiläum und dem Umzug in den neuen Firmensitz, mit der Konzeption einer dynamisierten Markenstrategie, aber auch mit der Planung eines Tessiner Standorts war das Jahr 2009 für FORS von ausserordentlichem Elan geprägt. Diesen Schub haben wir ins 2010 mitgenommen und wir sehen mit Freude, dass das auch auf viele unserer Partner zutrifft.

Ein 2010-Highlight war natürlich die USA-Reise, die wir mit den Siegern unseres Händlerwettbewerbs unternehmen konnten. Ich bin sicher, dass dieses Erlebnis noch während längerer Zeit immer mal wieder für Gesprächsstoff sorgen wird – und vielleicht auch als Ansporn für diejenigen, die diesmal noch nicht dabei sein konnten.

Während Sie dies lesen, sind übrigens einige Ihrer Kollegen auf unsere Einladung in Südafrika unterwegs. Auch sie haben im letzten Händlerwettbewerb tüchtig Punkte gesammelt.

Jean-Pierre Senn
Geschäftsführer FORS AG



Hochwertige Glasfronten bei der GlassEdition



Zwei BioFresh-Abteile: CBNeS 5167 PremiumPlus

Ein spürbar frischer Wind

La vie en fors

Die Auffrischung der Marke FORS, das kann man jetzt schon sagen, ist gelungen. Nicht nur das Feedback unserer Kunden und Partner ist positiv, auch die zunehmend fortschreitende Umsetzung auf unterschiedlichste Kommunikationsmittel bestätigt uns in unseren Bemühungen.

«FORS Boutique» ist der Name der Marketingkonzeption für 2010. Sie bildet eine konsequente Fortsetzung der Strategie.

Was bisher geschah

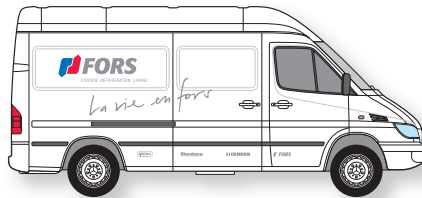
Als Erstes war unsere Corporate Identity überarbeitet worden. Das fing an beim Logo, das nun etwas heller und freundlicher wirkt. Es wird begleitet von der Unterzeile «Kochen. Kühlen. Waschen.» Damit können wir uns klar positionieren, und zwar auch einem breiteren Publikum gegenüber.

Ähnliches gilt für den Claim «la vie en fors». Wir definieren uns damit als Unternehmen, welches den Röstigraben überwindet. Die Redewendung drückt unsere Nähe zur Lebenswelt der Endkunden aus und festigt so unsere Beziehung zu unseren Partnern. Gleichzeitig bringt er einen Hauch französischer Noblesse ins Spiel. Und genau das wollen wir.

Die Marke leben lassen

Denn FORS soll als Boutiquen-Marke wahrgenommen werden, als qualitativ hochstehend, als wertig. Damit heben wir uns von einigen unserer Mitbewerber ab, die ja teilweise eine Tiefpreisstrategie verfolgen.

Diese neue Qualität der Marke FORS wird nun mehr und mehr spürbar: in den ersten neuen Prospekten, in den bereits realisierten Mailings, in ersten Inseraten und natürlich dann auch auf unserer neuen Website, die Ende Jahr in ihrer definitiven Form aufgeschaltet werden soll.



Auch unsere Partner lassen die Marke FORS aufleben, indem sie sie nach aussen tragen. Zum Beispiel auf ihren Geschäftsfahrzeugen, die mehr und mehr im neuen Look auf Schweizer Strassen anzutreffen sind.



Beispiel Katalog Einbaugeräte: Alltag im «vie en fors»-Format, wertig in Szene gesetzt



Die YB-Champions-Lounge lockt

Das ist doch mal ein Preis: Gewinnen Sie den Genuss eines Heimspiels des BSC Young Boys von der Champions-Lounge aus! Wir begleiten Sie und drei Personen Ihrer Wahl.



Die Plätze sind rar und gesucht, ganz oben im Stade de Suisse, wo man ein Spiel der Berner Kicker aus privilegierter Sicht geniessen kann. Mit etwas Glück gehört einer davon demnächst einen Abend lang Ihnen und Ihren Freunden. Finden Sie das Lösungswort und senden Sie es an marketing@fors.ch. Viel Glück!

1) Der neue Claim von FORS lautet:

La vie en rose	F
La vie en rage	L
La vie en fors	S

2) Wann wurde FORS gegründet?

1969	A
1979	E
1989	O

3) Wer war der Gründer und erste Patron?

Werner J. Senn	N
Jean-Pierre Senn	R
August B. Senn	U

4) Der neue Standort im Tessin ist in

Mendrisio	S
Tenero	T
Manno	N