

Nubert sagt für 1500 Tests Danke – 1500 Stunden ohne Versandkosten!

Gerade wurde die schwäbische Lautsprecherschmiede für die nuPro AS-3500 mit dem Testsieg „Beste Soundbar (einteilig), Note 1,9“ von Stiftung Warentest ausgezeichnet. Mit dieser wichtigen Auszeichnung ergibt die Zählung beachtliche 1500 Testerfolge in 26 Jahren Tests. Die Kombination aus ehrlichem Klang und innovativen Technologiekonzepten kommt bei Kunden und Redaktionen gleichermaßen an. Dafür bedankt sich Nubert mit 1500 Stunden ohne Versandkosten für alle Artikel im Onlineshop.

Keyfacts:

- Summer Special geht in die nächste Runde
- Nubert sagt für 1500 Testerfolge Danke
- Aktionszeitraum: 1500 Stunden
- Versandkostenfrei in Deutschland und Österreich
- Gültig für: das komplette Nubertsortiment auf nubert.de



Seit 1996 werden die Lautsprecher von Nubert nicht nur getestet, sondern auch für sehr gut befunden. Regelmäßig erhält das schwäbische Traditionsunternehmen Topplatzierungen, aktuell wurden bereits 1500 Topergebnisse erreicht. Dabei nimmt der Erfolg zu: Den Meilenstein der 1000 Tests erzielte der Hersteller im Herbst 2017. Das macht 500 Stück mehr innerhalb von nur fünf Jahren - umgerechnet zwei Bestnoten in der Woche.

Zuletzt war der Testsieg bei Stiftung Warentest für die einteiligen Soundbars ein absolutes Highlight, bei dem sowohl der Klang, die maximal mögliche Lautstärke und der gleichzeitig geringe Stromverbrauch gelobt wurden. Doch wie machen die Schwaben das? Nubert gibt einen exklusiven Einblick in die Firma.

Die Geschäftsführung

Die Firma Nubert steht für Tradition: Neben Firmengründer Günter Nubert, der als Geschäftsführer agiert, steht auch sein Neffe Holger Nubert als Prokurist in der obersten Managementebene. Für die Leitung des operativen Geschäfts ist CEO Bernd Jung verantwortlich, der zu den Erfolgen sagt: „Ein gutes Testergebnis ist harte Arbeit, von Idee und Entwicklung, über den Vertrieb, das Marketing und den Versand, bis hin zum Support beim Kunden. Das geht natürlich nur mit einem gut verzahnten Team, bei dem alle an einem Strang ziehen. An dieser Stelle möchte ich mich bei allen Mitarbeitern sowohl für Reibflächen, die Innovationen bringen, als auch für die reibungslosen Abläufe, wie in der Logistik bedanken“. Martin Leis, ebenfalls Prokurist und seit über 30 Jahren in der Firma, stellt zudem die Reparierbarkeit der Produkte von Nubert heraus: Bis zu 15 Jahre nach dem Kauf können diese im eigenen Haus repariert werden. Martin Bühler, Prokurist und Vertriebsleiter, dankt den Kunden: „Seit 1988 bin ich dabei und es gab immer ein offenes Ohr für die Wünsche und das Feedback der Kunden. Mitunter ist das die Quelle der besten Ideen, die wir dann weiter verfeinern. Ein aktuelles Beispiel ist unsere High End Soundbar mit Wireless Surroundfunktion, die nuPro XS-8500 RC. Ohne unsere Kunden wären diese Erfolge nicht möglich, denn wir versuchen, die bestmöglichen Produkte speziell für ihre Ansprüche zu bauen, und genau davon sind dann die meisten Tester ebenfalls begeistert.“

Idee und Entwicklung

Bei Nubert gibt es zweimal im Monat eine „grüne Wiese“. Hier ist keine Idee zu ausgefallen, keine Technologie zu innovativ. Eine bunte Mischung aus Mitgliedern der Entwicklungsabteilung, der Geschäftsführung, des Vertriebs und des Produktmanagements diskutiert über Neuerungen, Kundenwünsche und Trends der Unterhaltungselektronik. Wenn ein Projekt beschlossen wurde, wird die Entwicklungsabteilung tätig und lässt im Laufe des Prozesses weitere Ideen einfließen. Ein Produkt durchläuft dadurch mehrere Revisionen, bevor es in Serie geht. Das geschieht immer unter den kritischen Augen von Entwicklungsleiter Markus Pedal, der dem Aspekt der Nachhaltigkeit besondere Bedeutung zumisst: „Ich bin mittlerweile 36 Jahre alt und habe Kinder, deshalb ist mir sehr bewusst: Wir haben nur diesen einen Planeten, den wir ihnen hinterlassen. HiFi darf und soll natürlich Freude machen, aber mit den heutigen technischen Möglichkeiten ist das kein Widerspruch zu Energieeffizienz. Dafür nutzen wir neueste Chassistechnologien mit hohem Wirkungsgrad und Verstärkertechnik mit möglichst geringen Verlusten.“ Das Ergebnis zeigt sich deutlich bei der nuPro AS-3500, welche die Stiftung Warentest begeistern konnte: „Vor allem Nubert, der Testsieger aus Schwäbisch Gmünd, versteht sich darauf, die optimale Leistung aus den Lautsprechersystemen zu kitzeln: bester Klang und hoher Schalldruck mit wenig Strom“ (test 8/22)

Logistik

Nachdem die Entwicklung abgeschlossen ist, startet die Serienproduktion, die eine logistische Meisterleistung ist. Nur mit einer enorm mutigen Strategie konnte man in den letzten zwei Jahren für ein volles Lager sorgen. Der Erfolg gibt Nubert recht, seit 10 Monaten sind durchgängig alle Produkte auf der Website als lieferbar gelistet. Durch ein leistungsstarkes Team werden zudem alle Bestellungen, die bis 13 Uhr im System sind, noch am gleichen Tag versendet. Das ist ein

Qualitätsmerkmal, auf den Kunden großen Wert legen und den man sonst nur von deutlich größeren Unternehmen kennt. Auch Redaktionen erhalten so schnell ihre Testsamples, ohne Umwege und mit direktem Kontakt.

Support

Gute Beratung ist für Nubert selbstverständlich. Das hauseigene, 20-köpfige Supportteam bearbeitet jeden Tag Kundenanfragen via Telefon, E-Mail, WhatsApp und über viele andere Kanäle. Die Kunden haben nicht nur Fragen, sondern mitunter auch ungewöhnliche Ideen, erzählt Raphael Bretzler, Leiter der Kundenberatung, und freut sich darüber: „Das ist jedes Mal wie ein Überraschungsei: Unsere Kunden kommen auf Anwendungen, die wir gar nicht auf dem Schirm haben. Mitunter fragen wir im ersten Moment: „Was möchten Sie genau mit dem Lautsprecher machen?“. Aber das Spannende ist, dass sich immer interessante Konzepte aus diesen Unterhaltungen ziehen lassen, die wir dann an unsere Entwicklung weitergeben. Dadurch entstehen dann beispielsweise innovative Produkte wie unser eleganter Flachwoofer nuSub XW-800 slim. Kundenfeedback ist unersetzlich und wir sind sehr dankbar dafür.“

Marketing und Vertrieb

Bei Nubert ist Marketing nicht einfach nur Werbung, sondern eng verzahnt mit dem Verkauf der Produkte. Zusammen mit dem Feedback der Kunden, zeigen sich die Vorteile des Direktvertriebes, da die Kundengruppen direkt angesprochen werden können. Das Ergebnis: der Lautsprecher, der wirklich zur Anwendung passt, klar und ehrlich kommuniziert. Davon profitieren auch die Redaktionen, die einen direkten Draht haben. Sebastian Hennig, Leiter eCommerce und Online Marketing verdeutlicht: „1500 Testerfolge sind nur mit Redakteuren denkbar, die ihren Job lieben und mit Herzblut ihre Artikel verfassen. Ich möchte mich stellvertretend für die gute Zusammenarbeit in mehr als 25 Jahren bedanken. Dabei sind uns unverfälschte Ergebnisse von unabhängigen Redaktionen äußerst wichtig. Ehrliche Tests für ehrliche Lautsprecher.“

Fazit

Bernd Jung fasst zusammen: „Wir haben jedem einzelnen Mitarbeiter im Team, der Presse und vor allem den Kunden zu danken, ohne die dieser Erfolg nicht vorstellbar wäre. Wir freuen uns bereits auf die nächsten 1500 Testergebnisse mit mindestens genauso innovativen und aus Kundensicht gedachten Produkten wie bisher.“

Gültig auf nubert.de

Kunden können vom 28.07. 9:00 Uhr 1500 Stunden versandkostenfrei auf nubert.de einkaufen. Das bedeutet, dass bis zum 28.09. keine weiteren Kosten für Bestellungen aus Deutschland und Österreich anfallen.

nubert
Ehrliche Lautsprecher

Nubert-Lautsprecher sind über den kundenfreundlichen Nubert-Direktvertrieb auf www.nubert.de erhältlich. Hörstudio und Direktverkauf in 73525 Schwäbisch Gmünd; Schau- und Hörstudio in 47249 Duisburg.

Hochauflösende Fotos und Texte: www.presse-nubert.de

Kontakt: Nubert electronic GmbH, Sebastian Hennig, 07171 8712-376, s.hennig@nubert.de