

18.02.2016 – 08:49 Uhr

WMF erhält Auszeichnung als "Beste Wachstumsmarke"

Geislingen/Steige (ots) -

WMF hat bei dem deutschen Markenranking "best brands" in diesem Jahr den ersten Platz in der Kategorie "Beste Wachstumsmarke" gewonnen. Das Ranking basiert auf einer Studie der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK), bei der mehrere tausend Konsumenten befragt werden. Die Teilnehmer können aus 250 potenziellen "best brands"-Kandidaten aus rund 40 Branchen wählen. Somit entscheiden die Verbraucher selbst über die Auszeichnungen der erfolgreichsten deutschen Marken. In dem Ranking werden der wirtschaftliche Erfolg sowie die Beliebtheit der Marke aus Kundensicht gemessen. Der WMF Konzern konnte im vergangenen Jahr sowohl seinen weltweiten Marktanteil als auch die Attraktivität der Marke bei seinen Kunden deutlich steigern. Dabei gewann die Marke WMF allein im vergangenen Geschäftsjahr 13 Prozent an Umsatz.

"Seit mehr als 160 Jahren steht die Marke WMF für beste Koch-, Trink- und Esskultur. Und das mit Produkten, die durch ihr ausgezeichnetes Design, tadellose Funktionalität und beste Qualität Freude auf ein kulinarisches Erlebnis machen", so das Votum bei der gestrigen Preisverleihung im Rahmen der "best brands" - Gala in München.

"Wir freuen uns sehr über den begehrten 'best brands'-Award", sagte Matthias Becker, President Consumer Goods der WMF Group im Rahmen der gestrigen Preisverleihung. "Die Begeisterung unserer Kunden für die Marke WMF und deren Vertrauen motivieren uns, mit innovativen Produkten immer neue Genussmomente zu bieten. Das ist der Anspruch, den Kunden an uns haben und diesen haben wir auch an uns selbst."

Die WMF Group hat vor einem Jahr den neuen WMF Markenauftritt präsentiert, der vom Handel und von den Kunden sehr positiv aufgenommen wurde. Im Zentrum der neuen Kampagne und des neuen Shop-Konzepts für die WMF Filialen stehen Genussmomente, die vom Vorbereiten und Kochen, bis zum Essen und Trinken reichen. 20 Prozent der Filialen in Deutschland sind bereits nach dem neuen Konzept ausgerichtet. Weitere 40 Filialen sollen dieses Jahr folgen. Auch im übrigen Fachhandel bekam die Marke ein neues Gesicht. Mit Elektrokleingeräten hat WMF ein weiteres Geschäftsfeld erfolgreich erschlossen. Diese Produkte bieten den Kunden zahlreiche Vorteile. Sie sparen Platz, Energie und Zeit und schaffen zugleich ein Genusslebnis. Mit der konsequenten Erweiterung des Sortiments der WMF Elektrokleingeräte spricht WMF mehr denn je auch eine jüngere Zielgruppe an, die Genuss und Kulinarik neu für sich entdeckt hat. Um auf die Bedürfnisse insbesondere dieser Zielgruppe einzugehen, hat WMF gezielt auch ihren Online-Auftritt komplett neu gestaltet. Durch den Ausbau dieses Bereichs konnte das Unternehmen den Umsatz im Online-Geschäft im vergangenen Jahr um 23 Prozent steigern. Um zeitnahe Lieferungen und Verfügbarkeit aller Produkte zu gewährleisten, wurden 34 einzelne Lagerstandorte in zwei Logistikzentren zusammengefasst. Zudem verbesserte die WMF Group im Jahr 2015 ihren Service für die Endkunden erheblich. So können Konsumenten künftig eine zentrale Servicenummer für alle Anliegen und alle Produkte nutzen.

Seit Jahrzehnten setzt WMF zudem auf kontinuierliche Produktinnovationen. Hierzu gehören zum Beispiel die spezielle Veredelung des WMF-Bestecks mit Cromargan Protect, das die Oberflächen schützt oder auch die Cool+ Technologie, bei der Topfgriffe nicht erhitzen. Die WMF Group ist mit diesen Produktinnovationen ein wichtiger Impulsgeber im Markt und konnte im Jahr 2015 auch im Ausland ihre Marktposition deutlich weiter ausbauen. Der im Ausland erzielte Umsatzanteil lag erstmals bei 50 Prozent.

"Die Auszeichnung als 'Beste Wachstumsmarke' ist eine große Anerkennung für den Erfolg unserer Anstrengungen im Heimatmarkt und in der internationalen Wachstumsstrategie unter Einsatz der zahlreichen Initiativen, die wir gestartet haben, um die WMF Group zu einem globalen Markenkonzern zu entwickeln", so Peter Feld, CEO der WMF Group.

Über die WMF Group

Seit über 160 Jahren stehen die Marken der WMF Group für beste Koch-, Trink- und Esskultur. Jeden Tag verwenden mehrere 100 Millionen Menschen weltweit die Produkte von WMF, Silit und Kaiser zum Zubereiten, Kochen, Essen, Trinken und Backen bei sich zu Hause. Oder sie genießen Kaffeespezialitäten und Speisen, die mit den Produkten der Marken WMF, Schaerer und Hepp in der Gastronomie oder Hotellerie zubereitet werden. Es ist die Leidenschaft unserer Mitarbeiter, Menschen zusammenzubringen, sei es daheim, unterwegs oder im Bereich der gehobenen Gastronomie, um ihnen kostbare und köstliche gemeinsame Momente zu bescheren. Und das mit Produkten, die durch ihr ausgezeichnetes Design, perfekte Funktionalität und beste Qualität Freude auf ein kulinarisches Erlebnis machen. Unser Traditionsunternehmen wurde 1853 in Geislingen an der Steige gegründet. Knapp 6.000 Mitarbeiter bescheren kulinarischen Genuss von über 40 internationalen Standorten aus.

Über best brands

best brands zählt zu den wichtigsten deutschen Markenrankings. Die jährlichen Auszeichnungen werden seit 2004 in den Kategorien "Beste Unternehmensmarke", "Beste Produktmarke", "Beste Wachstumsmarke" und einer wechselnden Sonderkategorie vergeben. Initiator des Preises ist die Serviceplan Gruppe, die mit GfK, der ProSiebenSat.1 Media SE, der WirtschaftsWoche, dem Markenverband, Ströer SE Partner sowie der ZEIT kooperiert. Anliegen des Preises ist es, erfolgreiche Markenführung in Deutschland zu fördern. Das Ranking basiert auf einer GfK-Studie, die neben dem wirtschaftlichen Erfolg die Beliebtheit der Marke aus Kundensicht berücksichtigt. Die Auszeichnung ist mit einem Preisgeld von über einer Million Euro für Medien- und Kommunikationsleistungen dotiert.

Kontakt:

Kai Hummel

Konzernsprecher | Leiter Unternehmenskommunikation

Telefon +49 7331 258167

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100059424/100784140> abgerufen werden.