

# Das geht durch den Magen

Die Thermomix-Community wird größer und größer. Dahinter steckt nicht nur ein Produkt, sondern auch eine geniale Marketingstrategie.

**HARD.** Der Geschäftsbericht zur Multifunktions-Küchenmaschine Thermomix des deutschen Mutterkonzerns Vorwerk enthält nicht einfach Zahlen. Hier werden *Geschichten* von Thermomix-Nutzern erzählt, die vor Begeisterung nur so strotzen. Anita aus Portugal erzählt von ihrem Lieblingsgericht Frango Sentado und Salvatore, der in London lebt, aber aus Sizilien stammt, erinnert sich an einen Schokoladenlikör, den er vor 15 Jahren mit einem Thermomix zubereitete – Vorwerk muss seine Vorzüge gar nicht erst anpreisen, die Kunden tun es selbst; aus Marketingsicht ist das genial.

Nur von begeisterten Kunden, die den Geschäftsbericht säumen, zu erzählen, würde jedoch dem gekonnten Dialogmarketing des Thermomix nicht gerecht werden.

## Das Gerät, das alles kann

Der Thermomix ist den meisten Menschen längst ein Begriff. Die Fähigkeiten dieses Geräts, das gefühlt alles kann – wiegen, zerkleinern, mixen, rühren, erhitzen, dampfgaren und kochen –, sind bekannt, und wahrscheinlich hat schon jeder einmal von einem begeisterten Thermomix-Fan gehört, was man mit dem Küchenwunder alles zubereiten kann.

Tatsächlich verfügt der neue Thermomix TM6 über mehr als 20 Funktionen; das wahre Highlight ist aber das große Display des Geräts, über welches die Nutzer direkt auf das digitale Rezept-Portal „Cookidoo“ zugreifen können. Mit diesem wird man der Thermomix-Community gerecht. Das „größte Kochbuch der Welt“ enthält mehr als 49.000 internationale Rezepte



© Vorwerk

## Rundum

Der Thermomix von Vorwerk gilt nicht nur als Alleskönner, sondern darf sich auch über ein gutes Marketing freuen.

und kann im Abo erworben werden. Das passende Produkt zum Gerät ist ein weiterer Marketingclue, der die Identifikation des Users mit der Marke vorantreibt. Das Gemeinschaftsgefühl verstärkt Vorwerk zudem, indem man in den sogenannten Kochstudios gemeinsam kocht oder beim Show-Kochen im Freundeskreis einen Kochabend bringt.

Hier liefert Vorwerk die passenden Rezepte für ein gelungenes Menü und streut auch ein wenig Gamification-Charakter, wenn jeder Teilnehmer eine bestimmte Rolle zugewiesen bekommt.

Der Gastgeber wird so zum Chefkoch ernannt, der Stylist richtet das Essen an, und der Fotograf hält die Szene fest und teilt sie direkt in den Sozialen Netzwerken. Dadurch inspiriert, buchen weitere User das Show-

Kochen oder bestellen die Küchenmaschine direkt gleich im Online-Shop.

„Der Thermomix TM6 hat zahlreiche neue Funktionen und kann mittels Software-Updates auch um viele weitere Tools, Features und Modi erweitert werden“, erklärt Marketingleiter Philipp Kammerer.

## In Zukunft Bewegtbild

Wie Kammerer verrät, sind bereits weitere Innovationen in der Pipeline. Wer künftig beispielsweise nach dem Kneten des Teigs im Thermomix Schritt für Schritt erfahren will, wie daraus ein perfekter Striezel geflochten werden kann, bekommt direkt am Display das passende Video angezeigt.

Beim Thema Mobile ist Thermomix mit einer Application ausgestattet und macht es seinen Nutzern so möglich, sich jederzeit von unterwegs kulinarisch inspirieren zu lassen. Die digitale Rezept-Bibliothek „Cookidoo“ und ihre Funktionen sind somit immer griffbereit und begleiten die User überall hin mit. (gs)

Weitere Informationen finden sich online unter:

[www.thermomix.vorwerk.at](http://www.thermomix.vorwerk.at)

## Community

Was mit dem Thermomix gekocht wurde, wird mit der Community geteilt.



© Randy Tarampi