

gebrauch hat sich die Dachmarke Vorwerk einfach stark etabliert.

medianet: Vorwerk verfügt über drei Stores – wie hat sich das Storekonzept bewährt? Gibt es Pläne für neue Geschäfte? In welchen Lagen sind die bestens platziert?

Friedrich: In unseren drei Stores in Wien, Pasching und Vösendorf können all unsere Produkte von Kobold und Thermomix nach Herzenslust ausprobiert werden. Neben Produktpräsentationen und einer kompetenten Beratung gibt es natürlich auch die Möglichkeit, diverse Produkte zu kaufen, also auch passendes Zubehör wie Kochbücher, Specials, ausgewählte Ersatzteile oder Filtertüten für die aktuellen Kobold-Staubsauger.

”

Egal aus welcher Perspektive man es betrachtet, für uns ist klar – die Zukunft von Kobold und der innovativsten Reinigungssysteme liegt in der Akkureinigung.

“

medianet: Wie teilt sich der Staubsaugermarkt auf die Bauarten Akku, klassisch-elektrisch und Staubsaugerroboter auf? Welche Modelle werden den Markt von morgen dominieren?
Friedrich: Egal aus welcher Perspektive man den Markt be-



© Vorwerk(2)

trachtet, für uns ist klar – die Zukunft von Kobold und damit der innovativsten Reinigungssysteme liegt in der Akkureinigung.

medianet: Gibt es einen Trend zum Zweitsauger?

Friedrich: Vor allem bei unseren kabelgebundenen Modellen bemerkten wir mit der Einführung des ersten Akku-Reinigungssystems VB100 einen Trend zum Zweitsauger – akkubetrieben, jederzeit griffbereit und startklar.

medianet: Wer ist denn der derzeitige Star unter den Kobolden?

Friedrich: Mit dem neuen Kobold VK7 Akku-Reinigungssystem bieten wir jetzt ein Produkt, das mit der Reinigungsleistung des kabelgebundenen Staubsaugers VK200 mit der EB400 Automatik-Elektrobürste gleichzieht – und all das vereint mit der Flexibilität des aktuell leistungsstärksten Akkus am Markt.

Das Kobold VK7 Akku-Reinigungssystem ist ein verlässlicher Reinigungspartner mit unterschiedlichen und individuell einsetzbaren Aufsätzen in bis zu 19 Reinigungsdisziplinen wie Saugwischen, Matratzen- und Polster-Tiefenreinigung, Überboden- und Autoreinigung. Kombiniert mit der praktischen Parkposition, sorgt dieses Click&Clean-System für schnelle und gründliche Sauberkeit –

und somit für mehr Zeit für die Liebsten.

medianet: Wie international ist Vorwerk aufgestellt? Wie entwickelt sich der Umsatz in Österreich?

Friedrich: Vorwerk war im vergangenen Jahr mit eigenen Vertriebsgesellschaften oder über Handelspartner in mehr als 60 Ländern in Europa, Asien, Nord- und Südamerika sowie in Australien und Teilen des afrikanischen Kontinents aktiv. Die stark internationale Ausrichtung des Wuppertaler Familienunternehmens lässt sich auch an der Umsatzverteilung ablesen: Der außerhalb des Heimatmarkts Deutschland erwirtschaftete Umsatzanteil erreichte 63,6 Prozent; im Direktvertrieb lag dieser Anteil sogar bei 73,6 Prozent.

medianet: Und wie teilen sich diese Erlöse nun auf die Marken auf?

Friedrich: Thermomix bleibt weiterhin der umsatzstärkste Geschäftsbereich innerhalb der Vorwerk-Gruppe. Der Geschäftsbereich hat mit einer erheblichen Steigerung von mehr als sieben Prozent einen Rekordumsatz in Höhe von 1,7 Mrd. Euro erzielt. Der Geschäftsbereich Kobold erzielte mit 16,5 Prozent ein deutliches Wachstum und erreichte somit einen Umsatz von 819 Mio. Euro.

Erfolgsmodell Beratung

Das Herzstück der Vorwerk-Vertriebsstrategie sind über 4.000 selbstständige Thermomix- und Kobold-Berater, deren Onboarding und Entwicklung im Unternehmen.



”

Thermomix bleibt der umsatzstärkste Geschäftsbereich – er erzielte mit einer Steigerung von 7,1 Prozent einen Rekordumsatz in Höhe von 1,7 Mrd. Euro.

Wiebke Friedrich
Geschäftsführerin
Vorwerk Österreich

“