

Nassau, 21. Juni 2018

Der Marktführer stärkt die Identität und die Wahrnehmung im Küchenwaagen-Sortiment
Soehnle mit neuer Sortiments-Struktur bei Küchenwaagen

Mit einem neuen Konzept zur Sortiments-Struktur verbessert Soehnle die Präsentationsmöglichkeit der Küchenwaagen im Handel. Zum 150-jährigen Jubiläum setzt der Marktführer auf ein einheitliches innovatives Designkonzept mit einer klaren Formensprache für alle Waagen. Optimal auf alle Küchenwaagen-Käufer ist das neue Produkt-Sortiment jetzt in drei Sortimentsklassen unterteilt. Soehnle bietet damit für alle Käufer – vom Preiseinstieg, über den mittleren Bereich bis hin zum Premium-Sektor – innovative und leistungsstarke Produkte mit einem attraktiven Preis-/Leistungsverhältnis. Weitere Informationen gibt es auf www.soehnle.de.

Durch aktuelle Verbraucheranalysen hat Soehnle die Käufergruppen von Küchenwaagen noch genauer identifiziert und daraufhin drei Produktgruppen entwickelt: In der Preisklasse von 14,99 EUR bis 17,99 EUR (UVP) bietet der Marktführer kompakte und praktische Küchenwaagen unter dem Titel Page Compact. Im Mittelpreis-Segment Page Comfort (UVP: 19,99 EUR bis 29,99 EUR) finden sich komfortable Waagen in der bekannten Soehnle-Qualität, die Extrawünsche z.B. in Sachen hohe Tragkraft oder der Größe der Wiegefläche erfüllen. In der Gruppe unter dem Namen Page Profi befinden sich Waagen im höheren Preis-Segment ab 39,99 EUR (UVP). Diese Premium-Produkte bieten das Beste aus der Ideenschmiede von Soehnle und liefern zahlreiche Features, die sich gerade an ambitionierte Verwender richten.

Die Soehnle-Küchenwaagen sprechen laut aktueller Verbraucheranalysen vor allem zwei Zielgruppen an: Dabei sind für „pragmatische Genießer“, die einen gutbürgerlichen, mediterranen Kochstil pflegen, die Waagen-Modelle aus dem mittleren und dem unteren Preis-Segment interessant. Sie machen etwa 43 % der Bevölkerung aus. Die zweite Gruppe sind die passionierten Kochfans, die es lieben Rezepte auszuprobieren und besonders häufig backen oder kochen. Hierzu gehören etwa 32 % der Bevölkerung. Auf sie ist das Premium-Segment zugeschnitten, in dem der Marktführer gleich drei „heiße Eisen“ im Portfolio hat: die Page Profi 100, die Page Profi 300 und die Page Aqua Proof, die speziell für die Reinigung in der Spülmaschine entwickelt wurde.

Die neue Sortimentsstruktur bei Küchenwaagen wird auch durch das innovative und unverwechselbare Design unterstützt. Dazu gehören Displays mit großen Ziffern auf den Waagen, ein extrem flaches Design und grüne, rutschhemmende Standfüße.

Die neue Sortiments-Struktur hat auch Einfluss auf den gesamten POS-Auftritt von Soehnle, denn sie sorgt für eine leichte Orientierung am Regal und beschleunigt die Kaufentscheidung. Die starke Markenpräsentation vermittelt darüber hinaus Kompetenz und schafft Vertrauen in die Marke. In Sachen Produktunterstützung liefert Soehnle mit dem Demo-Präsentier ein Tool, das die Produkte

erlebbar macht. Produktaufkleber, POS-Videos und Produkt-Sticker liefern wichtige Informationen über die Produktmerkmale.

**Über Soehnle:**

Seit der Gründung durch den schwäbischen Unternehmer Wilhelm Soehnle im Jahre 1868 setzt die Marke Soehnle auf hohen Bedienkomfort, innovative Technik, erstklassige Qualität und herausragendes Design. Heute gehört Soehnle zu den weltweit führenden Anbietern von Personen- und Küchenwaagen und steht für exaktes Messen, Wiegen und Analysieren. Mit dem Einstieg in neue Produktkategorien im Jahr 2017 wie Blutdruckmessgeräte, Fitness-Tracker und Luftbehandlung sowie mit der Connect-App bietet Soehnle weitere Lösungen, fit zu bleiben und bewusst gesünder zu leben.

Unternehmenskontakt:

Leifheit AG

Barbara Horn

Leifheitstraße 1, 56377 Nassau

Tel.: 02604/977-0

E-Mail: barbara.horn@leifheit.com

Pressekontakt:

P.U.N.K.T. PR GmbH

Siegmond Kolthoff

Völckersstraße 44, 22765 Hamburg

Tel.: 040/853760-0, Fax: 040/853760-10

E-Mail: info@punkt-pr.de