



Presseinformation

Service und Beratung machen sich bezahlt: Weber Stephen verzeichnet Umsatzplus von 39% im Fachhandel

Wien, 12.11.2014 – Der amerikanische Premium-Grillhersteller und Marktführer meldet auch heuer eine positive Bilanz. Das Geschäftsjahr 2013/14 war trotz der schlechten Wettersituation ein gutes und der Umsatz im Fachhandel konnte um sogar 39% gesteigert werden. Seit heuer setzt Weber noch stärker auf Qualität als auf Quantität.

Das Wetter zu Beginn der Grillsaison war nicht gerade sommerlich, umso mehr freut man sich bei Weber-Stephen über ein positives Ergebnis und einen stärkeren Trend zum Fachhandel. Dass die Österreicher gerne grillen, ist bekannt. Was sich jedoch in den letzten fünf Jahren verändert hat, ist das Grillverhalten. Es wird nicht nur öfter, sondern vor allem auch anspruchsvoller gegrillt als früher. Dementsprechend legen Grillliebhaber immer mehr Wert auf gute Ausrüstung. Diesem Anspruch an Funktionalität, Design und einfacher Handhabung wird Weber gerecht. Heute reicht es nicht mehr, ein Produkt zu kaufen – Kunden wollen ein damit verbundenes Erlebnis, eine Philosophie kaufen und das inklusive Top-Beratung. „Seit heuer haben wir deshalb ein selektives Distributionssystem eingeführt, welches nach qualitativen Kriterien bevorzugt auf hohe Standards bei Service und Beratung setzt. Unser Motto lautet: Qualität vor Quantität – und das auch im Vertrieb!“, erklärt Christian Hubinger, Geschäftsführer Weber-Stephen Österreich, das neue selektive Distributionssystem von Weber.

Das Unternehmen hat Ansprüche bei der Präsentation seiner Ware und schreibt auch eine Mindestgröße der Ausstellungsfläche vor, die ganzjährig von Weber bespielt werden muss. Um die Beratungsqualität zu gewährleisten, müssen sowohl Händler als auch Verkäufer regelmäßig verpflichtende Beratungstrainings absolvieren. Kein Händler wird ausgeschlossen, aber es gibt Kriterien, die erfüllt werden müssen, damit jemand Weber Produkte auch gut verkaufen kann. Im Endeffekt wird damit eine Win-Win-Situation erzielt: Der Händler kennt das Produkt gut und tut sich im Verkauf leichter und der Kunde bekommt die Beratung, die er sich erwartet. Auch ist es heutzutage wichtig, auf Vielfalt zu setzen. Der simple Grill, wie er früher existierte, ist heute zwar noch im Einsatz, weist aber eine Menge an Zusatzfeatures auf.



„Ein gutes Beispiel hierfür ist unser Gourmet BBQ-System (GBS), ein Grillrost-Einsatz für die kreative Grillküche. Mit vielen intelligenten Innovationen bei Grills und Zubehör, die das Thema Outdoor-Genuss auf eine neue Stufe heben, werden wir auch in Zukunft Maßstäbe setzen.“, blickt Christian Hubinger in die Zukunft.

Mengenmäßig teil sich der Verkauf bei Weber wie folgt auf: Den größten Anteil machen Holzkohlegriller mit 65% aus, danach kommen Gasgriller mit 24,68% und auch Elektrogriller sind mit 10,32% immer mehr auf dem Vormarsch. Starkes Wachstum verzeichnet die Weber Grillakademie Original – an den insgesamt neun Standorten in Österreich konnte die Teilnahme sogar um 114,13% gesteigert werden. In Zusammenarbeit mit den Handelspartnern werden in ganz Österreich sogenannte Grillakademien veranstaltet, wo Grillfreunde – und solche die es noch werden wollen – alles über den „Weber Way of Grilling“ erfahren können: von praktischen Infos, bis zu Fragen der Sicherheit und kulinarischen Geheimtipps. Um der ungebrochenen Nachfrage gerecht zu werden, wurden 2014 vier neue Standorte hinzugefügt. Seit heuer gibt es die Weber Grillakademie Original auch in Spitzenkoch Michael Ritters „Kochagentur“ in Götzis, Vorarlberg, bei Toni Mörwald im Schloss Grafenegg, im Berggasthaus Grander Schupf in Tirol und in Steiermarks größter Kochschule, der Kochschule „Aufgetischt“.

Weber Grillwatch SurveyTM 2014: Fast jeder vierte Österreicher besitzt mehr als einen Grill

Die heuer durchgeführte Weber Grillwatch SurveyTM lieferte spannende Ergebnisse. So zeigt sich beispielsweise, dass mobile Grills als Ergänzung zum stationären Grill im Garten immer beliebter werden. Neben dem klassischen Kugelgrill oder dem Elektrogrill auf dem Balkon greifen Grillfans immer öfter zum Zweitgrill für spontanen BBQ-Genuss unterwegs. Demnach haben 78 Prozent der Österreicher einen Grill Zuhause – am beliebtesten sind Holzkohlegrills (73 Prozent), gefolgt von Elektro- und Gasgrills (27 Prozent und 18 Prozent). Auch andere Zubereitungsmethoden wie Räuchern erfreuen sich wachsender Beliebtheit. So gaben 55 Prozent der Befragten an, sich mit dem Thema Räuchern zwar noch nicht auseinander gesetzt zu haben, würden aber gern mehr darüber lernen. Immerhin 7 Prozent besitzen bereits einen Smoker. Auch Wintergrillen entwickelt sich immer mehr zum neuen Trend und nicht selten wird ein ganzes Weihnachtsmenü draußen am Grill zubereitet.



Marketing-Highlights Rückblick & Ausblick

Fußball und Grillen – für viele Fans ist das die Traumkombination schlechthin. Passend zur Fußball-WM heizte WM-Torschützenkönig Thomas Müller für Weber den Grill an. Im Rahmen einer nationalen Kampagne wurde die Promotion über Print, Online und TV Kanäle gespielt. Der frischgebackene Weltmeister begeisterte vor, während und nach der Weltmeisterschaft 2014 in Brasilien mit großartigen Leistungen, Einsatz und seiner authentischen Art – und repräsentiert damit die Werte, für die auch Weber steht. Weber setzt auf systematische Kommunikation während des ganzen Jahres, weshalb kurz nach der abgeschlossenen Sommerkampagne bereits die Weihnachtspromotion beginnt. Das Highlight des neuen Geschäftsjahres wird jedoch definitiv der Frühlingsstart 2015, zu dem Weber mit voller Kraft in die neue Grillsaison startet. Am 14.03.2015 gibt es für Händler ein Frühlingfest an ihrem POS, am Tag darauf ein interaktives Grillfest für Kunden. Besonderes Highlight 2015 wird auch der Geburtstag des Genesis Modells, welcher mit einem großen Gewinnspiel gefeiert wird.

„Mittlerweile wird nicht mehr nur punktuell gegrillt, sondern das ganze Jahr hindurch. Insbesondere Weihnachten spielt daher auch eine wichtige Rolle für uns. Der Trend Wintergrillen boomt immer mehr und immer öfter wird ein Grill oder ein Grillaccessoire zu Weihnachten verschenkt. Auch in Zukunft wollen wir unsere Kunden ganzjährig mit außergewöhnlichen Aktionen überraschen, deshalb haben wir uns auch für den kommenden Frühlingsstart etwas ganz Besonderes überlegt.“, erwartet Matthias Fuchs, Marketing Koordinator Weber-Stephen Österreich, das neue Geschäftsjahr.

Über Weber Stephen

Ein bahnbrechender Einfall von George Stephen hat die Grillwelt revolutioniert: 1952 arbeitete der spätere Gründer der Grill-Marke Weber beim Bojenhersteller Weber Brother Metal Works in Chicago. Stephen fiel die Kugelform aus Metall auf und die Idee, die ihm in den Sinn kam, war ebenso simpel wie genial: Drei Beine an diese Schale montiert, einen Deckel darauf gesetzt, einen Griff daran befestigt und das moderne Holzkohle-Grillzeitalter war eingeläutet. Durch die Kugelform war es nun möglich, den Grill wie einen Umluftherd zu nutzen und schonendere Garmethoden – wie z.B. die indirekte Grillmethode – anzuwenden. Damit begann ein neues Grillzeitalter, das eine bis dahin nicht gekannte kulinarische Vielfalt mit sich brachte. Seit nunmehr 35 Jahren sind die Griller von Weber Stephen in Österreich erhältlich. Im Jahr 2003 wurde die Weber Stephen Österreich GmbH gegründet. Der Firmensitz befindet sich im oberösterreichischen Wels. Seit 2007 lenkt Christian Hubinger als Geschäftsführer die Geschicke des Unternehmens. Ihm und seinen rund zwanzig Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ist es gelungen, den Umsatz in Österreich in den letzten acht Jahren zu versechsfachen.



Weitere Auskünfte:

Matthias Fuchs, Marketing

Weber Stephen Österreich GmbH

Maria-Theresia-Str. 51, 4600 Wels

Tel.: +43 7242 890135 36

Email: mfuchs@weberstephen.com

Marlene Grabner, PR Consultant

4D Solutions

Hasnerstr. 123, 1160 Wien

Tel.: +43 664 96 48 116

Email: grabner@4d-solutions.at