

Erfolgsversprechender Start



„Hier gibt’s einfach nichts zu meckern. Mit dem Kaffeevollautomaten Perfection 880L hat WMF Design, Ausstattung, Verarbeitung, Funktionen, Bedienung und Hygiene par excellence umgesetzt.“ Und: „Die innovativen Technologien sorgen dafür, dass sich alle Sinne erfreuen und bringen unterschiedlichste Kaffeespezialitäten auf höchstem Niveau in die Tasse, die sogar den größten Kaffeevollautomaten-Skeptiker überzeugen.“ So überschwänglich fällt der erste Testbericht von [Technik zu Hause](#) über den neuen

Kaffeevollautomaten 880 L der Serie WMF Perfection aus, sodass er bereits ein eigenes Testlogo erhalten hat. Das Fachmagazin ist bereits überzeugt. *Zudem zeichnete eine internationale Expertenjury die WMF Perfection 800 L Serie mit dem Red Dot Design Award aus.* Beste Voraussetzungen also für den Verkauf in den Filialen, der im März gestartet ist.

Auch bei den Konsument*innen ist das Interesse und die Nachfrage nach den Maschinen groß: 166 Kaffeevollautomaten wurden bereits verkauft. Ein sehr guter Start, insbesondere, da es die Kaffeevollautomaten 840L und 880L sowie die Kaffeebohnen erst seit Mitte März flächendeckend in den Filialen gibt. Unterstützt werden viele Filialen dabei durch [WMF Gratis Kaffee-Events](#), die Entertainment von der Bohne bis zum perfekten Kaffee aus der Perfection 880L bieten. Sowohl online als auch in den Filialen sind die bisherigen Kundenrückmeldungen durchweg positiv. So loben die Kund*innen vor allem das hochwertige und moderne Design, die leichte Bedienbarkeit sowie die gute Kaffeequalität.

Zielgruppe mit Potenzial

Die Zielgruppe der WMF Perfection seien sogenannte „Demanding Connoisseurs“, erklärt Rebecca Braun, Head of Market Activation. „Für sie ist ein Kaffeevollautomat nicht irgendein Gerät, sondern sie setzen sich intensiv mit Kaffeegenuss auseinander.“ Kaffee werde hier aus ganz unterschiedlichen Gründen getrunken – als kurze Ruhepause, zur Stimmungs- oder Konzentrationssteigerung oder auch nur, weil eine Tasse Kaffee einfach lecker ist. In dieser Zielgruppe gibt es immer noch eine recht große Anzahl Menschen, die noch keinen Kaffeevollautomaten besitzen, aber laut Studie bereit sind, mehr als 1000 Euro für ein solches Gerät auszugeben – folglich ein tolles Umsatzpotenzial für WMF.

Apps für eine kompetente Beratung

Um Filialmitarbeiter*innen an die Maschinen heranzuführen, gibt es ferner eine Augmented Reality Trainings-App. Mithilfe der App können die Mitarbeiter*innen selbstgesteuert und autark lernen. „Schon bevor die ersten Kaffeevollautomaten in den Filialen eintrafen, konnten die Mitarbeiter*innen die WMF Perfection über die Filial-Tablets, mittels der Trainingslösung der Training Academy, in die Verkaufsräume projizieren und dabei alle Informationen zu Elementen der Maschine und zu deren Funktionsweise interaktiv kennenlernen“, erklärt Tobias Spielmann, Digital Training Specialist. Neben der AR-App bekommen die Mitarbeiter*innen wöchentlich durch eine webbasierte Trainingsserie

Funktion	sehr gut
Bedienung	sehr gut (1+)
Ausstattung	sehr gut
Verarbeitung	sehr gut (1+)
Preis (UVP)	1.899 Euro

Funktion 40%, Bedienung 25%, Ausstattung 25%, Verarbeitung 10%

Kaffeevollautomat
WMF Perfection 880L

TECHNIK ZU HAUSE.de
Einzeltest 3/2022

Testergebnis
sehr gut (1,0)
Premiumklasse

über die WMF Training Academy App außerdem Grundlagenwissen zum Thema Kaffee vermittelt, sodass Beratung und Verkauf durch zielgerichtetes Kaffeewissen unterstützt werden.