

# NIVONA: AB APRIL MIT EIGENEM VERTRIEBSTEAM

Beim Nürnberger Kaffee-Experten stehen die Zeichen auf Veränderung: Nachdem die Vertriebskooperation mit Liebherr über sechs Industrievertretungen endete, stellt das Unternehmen jetzt ein eigenes, 13 Mann starkes Vertriebsteam auf die Beine. Geleitet wird es von Christian Fritsch – der Elektromarkt hat ihn sowie Geschäftsführer Peter Wildner zum Gespräch getroffen.

Die Räumlichkeiten im Nürnberger Südwestpark hat man erst vor einem Jahr bezogen, sie bieten Raum für sämtliche Bereiche des Unternehmens mit seinen knapp 30 Mitarbeitern: Vom Kundenservice über die Reparatur bis hin zur Entwicklung findet sich dort alles unter einem Dach. Aktuell entsteht zudem ein Schulungsraum, in dem Händler, aber auch Mitarbeiter die Geräte in der Praxis erproben können. Um dem Fachhandel eine noch bessere Präsentation der Modelle am POS zu ermöglichen, hat Nivona außerdem ein neues Angebot an Möbeln und Zusatzmaterial erarbeitet, das Fachhändler sich ganz flexibel in den Laden holen können.

Aktuell befindet sich das mittelständische Unternehmen

in einer Phase des Umbruchs – und des Wachstums: 13 neue Mitarbeiter sollen beginnend zum 1. April den Außendienst deutschlandweit schulern und dem Fachhandel noch stärker als bisher auch beratend und unterstützend zur Seite stehen. Mit Christian Fritsch übernimmt ein Marken- und Branchenkenner die Leitung, war er doch zuvor bei der Bachmann Industrievertretung in Baden-Württemberg für den Vertrieb der Marken Nivona und Liebherr verantwortlich. Wir haben mit ihm und Nivona Mitgründer Peter Wildner über die Entwicklungen und Ziele gesprochen.

 [www.nivona.de](http://www.nivona.de)

Christian Fritsch



## Elektromarkt: Welche Änderungen erwartet die Fachhändler durch die neue Vertriebsstruktur?

**Christian Fritsch:** Grundsätzlich besteht die Änderung darin, dass der Vertrieb ab 1. April nicht mehr wie in den letzten Jahren über die sechs Industrievertretungen läuft, sondern über unsere eigene Außendienstmannschaft. Für uns ist das ein großer Schritt, denn das Unternehmen wächst auf einen Schlag von knapp 30 auf über 50 Mitarbeiter an. Grundsätzlich ist aber unsere Strategie klar: Neben der Betreuungsarbeit selbst, die wir intensivieren und spezialisieren, werden wir an unserer grundsätzlichen Ausrichtung – wir sehen Nivona als die Fachhandelsmarke bei Espressovollautomaten – nichts ändern.

## Elektromarkt: Auf welche Bereiche zielen die erwähnten Verbesserungen konkret ab?

**Peter Wildner:** In der Tatsache, dass ab April eigene Mitarbeiter, die ausschließlich für Nivona tätig sind, unsere Handelspartner betreuen, sehen wir die Chance, dass sich der Kontakt deutlich intensiviert und inhaltlich die Beratung mehr Raum einnimmt. Auch

unsere neuen POS-Materialien und Möbel, an deren Konzeption wir gerade auf Hochtouren arbeiten, können diese besser und individueller anbieten, sodass auch die Marke Nivona am POS präsenter wird.

## Elektromarkt: Welche Entwicklung hat die Marke Nivona im Fachhandel in den vergangenen Jahren durchlaufen und in welcher Form wird ein weiteres Wachstum forciert?

**Peter Wildner:** Nivona wurde vor 13 Jahren als kleines Start-up gegründet, das sich aber schon damals klar zum Fachhandel bekannt hat. Heute arbeiten wir mit ca. 2500 Händlern zusammen. Aufgrund unseres engen und stringenten Konzeptes ist klar, dass das Wachstum endlich ist. Allerdings gibt es auf jeden Fall noch Punkte auf der Deutschlandkarte, die Potenzial bieten, sodass ich überzeugt davon bin, dass wir auch in Zukunft moderat wachsen werden – wobei das nicht das alleinige Ziel für uns ist. Wir wollen als die Fachhandelsmarke und charmante Alternative bei Espressovollautomaten wahrgenommen werden.

Peter Wildner



Die operative Leitung der ausschließlich in Deutschland tätigen LHV übernehmen die neuen Mitglieder der Geschäftsleitung (v. li.): Michael Haiminger (Vertrieb West), Anton Kramer (Finanzen und Administration) Tobias Grote (Vertrieb Süd) und Michael Brandt (Vertrieb Nord-Ost).

# LIEBHERR MIT VERTRIEBSGESELLSCHAFT

Zum 1. Januar fiel der Startschuss für die Liebherr-Hausgeräte Vertriebs- und Service GmbH (LHV). Das Vertriebssystem mit sechs Werksvertretungen wurde aufgelöst. Die Zentrale der neuen Gesellschaft ist in Neu-Ulm.

Am 1. Januar 2019 nahm die als hundertprozentige Tochter der Liebherr-Hausgeräte GmbH gegründete LHV mit Zentrale in Neu-Ulm ihre operative Arbeit auf. Die bisherige Vertriebsstruktur mit sechs Werksvertretungen, die das Deutschlandgeschäft jahrzehntelang betreut hatten, wurde aufgelöst. Die LHV tritt in die Vertragsverhältnisse der Werksvertretungen und der Liebherr-Hausgeräte Ochsenhausen GmbH ein. „Die Neuausrichtung setzt entscheidende Impulse für eine erfolgreiche Geschäftsentwicklung der Marke Liebherr im deutschen Markt. Die Nähe zu unseren Kunden wird durch bewährte Ansprechpartner im Außen- und Innendienst sichergestellt“, sagt Steffen Nagel, Geschäftsführer Ressort Vertrieb Global. Der bisher für den Vertrieb Deutschland zuständige Geschäftsführer der Liebherr-Hausgeräte Ochsenhausen GmbH, Roman Schäfer, übernimmt im Laufe dieses Jahres eine leitende Funktion im internationalen Vertrieb der Sparte Hausgeräte. Die Liebherr-Werksvertretungsinhaber Peter Bachmann, Emmeram Eitel, Detlev Kleimann und Norbert Leins sind aus der Organisation ausgeschieden.

 [www.liebherr.com](http://www.liebherr.com)

# ZWILLING JETZT MIT STECKER

Mit der „Enfinigy“-Serie stellt Zwilling eine, wie das Unternehmen betont, „Weltneuheit“ vor – und will damit das Marktsegment Smart Kitchen besetzen.

Mit der „Enfinigy“-Serie bietet Zwilling erstmals hochwertige Elektrogeräte für die moderne Wohnküche an. Neben Hochleistungsmixern sind auch Toaster, Wasserkocher, eine digitale Waage sowie ein intelligentes Kochsystem Teil des neuen Produktsegments. Die Serie wurde von Zwilling in Solingen entwickelt, während das Design aus Mailand von Matteo Thun und Antonio Rodriguez stammt. Das Herzstück der neuen Serie ist die Winglet-Klinge mit scharfer Piranha-Zahnung, die in Solingen produziert wird. Weiteres Highlight ist das intelligente Kochsystem, mit dem Zwilling die Smart Kitchen betritt. Das Bluetooth-fähige Induktionskochfeld ermöglicht digital assistiertes Kochen und automatisiert den Kochprozess mithilfe der Zwilling Culinary World App, an die auch einige der anderen neuen Geräte angebunden sind. Entwickelt wurde dieses System in Zusammenarbeit mit Cuciniale, einem Start-up in Lindau, an dem Zwilling seit 2018 als strategischer Investor beteiligt ist.

 [www.zwilling.com](http://www.zwilling.com)



Auch vier Standmixer-Modelle finden sich in der neuen Zwilling „Enfinigy“-Serie.