

Samsung Hausgeräte setzt auch 2018 auf Wachstum

Ideen für QuickDrive



Die gegenläufige Drehung von Trommel und Rückwand erzeugt bei den QuickDrive-Waschmaschinen eine stärkere Bewegung der Wäsche, um die Waschzeit deutlich zu verkürzen.

Die Drei-Jahres-Strategie „Vision 2020“, mit der sich Samsung Hausgeräte ehrgeizige Ziele für den deutschen Markt gesetzt hat, geht offensichtlich auf. So weisen aktuelle Zahlen für das erste Halbjahr 2017 ein Wachstum von mehr als 30 Prozent gegenüber dem Vorjahr aus. Für dieses Jahr haben sich die Verantwortlichen wieder viel vorgenommen. Bereits im Januar wurden dafür mit einer TV-Kampagne und einer innovativen App zur Unterstützung der Handelspartner beim Verkauf der QuickDrive Waschmaschinen wichtige Akzente gesetzt.

Alexander Zeeh, Director Home Appliances Samsung Electronics GmbH, der 2017 als „Jahr des Handelns“ ausgerufen hatte, blickt zufrieden zurück. Das Wachstum basiert seiner Ansicht nach nicht nur

auf dem erfolgreichen Verkauf der Waschmaschinen mit AddWash, von denen Samsung bis Oktober 2017 88.888 Geräte absetzte. Auch die verlässliche Produktqualität, die mehrfach von der Stiftung Warentest bestätigt wird, die große Markenbekanntheit und der Ausbau der Handelsbeziehungen haben zum Erfolg beigetragen, erklärte der Manager. „Wir konnten in der Weißen Ware entscheidende Maßnahmen in den Bereichen Qualitätssicherung, Vertriebsstruktur, Service und Logistik umsetzen. So ist es uns in enger



Die Waschmaschinen mit der AddWash-Funktion haben 2017 wesentlich zum Wachstum von Samsung Hausgeräte beigetragen. In diesem Jahr soll die QuickDrive-Technologie weitere Impulse setzen.

Zusammenarbeit mit dem Handel gelungen, die Bekanntheit der Marke Samsung Hausgeräte signifikant zu steigern. Mit Produkttechnologien wie AddWash und QuickDrive, die Qualität und Technologie vereinen, können wir unsere Kunden begeistern. Diesen Erfolgskurs wollen wir beibehalten und auch in Zukunft kontinuierlich Impulse im Hausgerätemarkt setzen.“

Bewährt haben sich auch Kooperationsprogramme wie Samsung Smart Dealer, mit denen die kompetente und kontinuierliche Händlerbetreuung sichergestellt wird. Dabei werden die Partner mit konkreten Maßnahmen in den Bereichen Training, Promotion, Produktsortiment und Service unterstützt, die Kundenbindung zu stärken und neue Vertriebsmöglichkeiten zu erschließen.

TV-Kampagne für QuickDrive

Bereits seit dem 12. Januar läuft eine Werbe-Offensive für die Samsung

Waschmaschine WW8800, die mit der innovativen QuickDrive Technologie gegenüber vergleichbaren Geräten ohne dieses Feature eine Zeitersparnis von bis zu 50 Prozent möglich macht. Herzstück ist ein TV-Spot, der durch reichweitenstarke Online-, Digital und POS-Maßnahmen flankiert wird.

Unter dem Motto „Get dirty fast – get clean faster“ setzt Samsung die QuickDrive Technologie eindrucksvoll in Szene. Bei QuickDrive drehen sich Trommel und Rückwand in entgegengesetzte Richtungen. Diese voneinander unabhängigen Rotationen sorgen für eine stärkere Bewegung der Wäsche in alle Richtungen. Dadurch wird die kürzere Waschzeit möglich, und zwar laut Samsung ohne Kompromisse bei der Waschleistung und in allen Waschgängen, nicht nur im Schnellwaschprogramm. Im TV-Spot, der von der Frankfurter Kreativ-Agentur Leo Burnett entwickelt wurde, wird dieses Prinzip in aufmerksamkeitsstarken und überraschenden Bildern visualisiert und mit den Worten „Volle Waschleistung. Halbe Zeit.“ auf den Punkt gebracht. „Im Rahmen unserer 2017 ausgerufenen 3-Jahres-Strategie wollen wir Samsung als Innovationsführer im Bereich der Hausgeräte positionieren“, erklärte Thorsten Bross, Head of Marketing Home Appliances Samsung Electronics GmbH. „Mit AddWash haben wir bereits 2016 eine Neuheit im Bereich der Waschmaschinen auf den Markt gebracht, die sich nach wie vor großer Beliebtheit erfreut. Genau an diesen Erfolg knüpfen wir mit QuickDrive an. Mit dem neuen Spot präsentieren wir unsere nächste große Innova-

tion im Bereich Waschen in einer für die Kategorie völlig neuartigen Art und Weise, um dem Markt so zusätzliche Impulse zu geben.“

Verkaufstraining mit AR

Auch bei den Trainings und Schulungen für das Verkaufspersonal setzt Samsung auf Innovation: Für die neuen Waschmaschinen mit QuickDrive Technologie wurde eine interaktive 3D Hologramm App mit Googles ARCore Technologie entwickelt, um die Funktionen der Waschmaschine, z. B. die gegenläufige Bewegung von Trommel und Rückwand oder das SchaumAktiv-Prinzip, anschaulich zu erklären.

In der App wird die Waschmaschine als Hologramm in der realen Umgebung, sei es in der Filiale oder beim Kunden, auf dem Display angezeigt. Ein Blick in das Innere des 3D Modells zeigt anschaulich, wie die QuickDrive-Technologie funktioniert. In ähnlicher Weise wird auch die SchaumAktiv Funktion in der Hologramm App simuliert. So wird der gesamte Wasserfluss vom Zulauf in der Waschmittelschublade über die SchaumAktiv Pumpe hin zur Trommel gezeigt.

Da die Google ARCore Technologie bereits auf dem Samsung Galaxy S8/S8+ vorinstalliert ist, kann die Hologramm App auf diesen Geräten ohne weitere Software verwendet werden. Mit dem Einsatz von ARCore will Samsung neue Wege bei der Händlerschulung gehen, aber auch Endkonsumenten ansprechen. So können Händler ihren Kunden das QuickDrive Hologramm direkt vor Ort auf



Mit Google ARCore Technologie zeigt die interaktive 3D Hologramm App anschaulich das technische Prinzip von QuickDrive.

dem Display zeigen und den Waschmaschinenkauf zum virtuellen Erlebnis machen.

Um seine neuen Hausgeräte-Technologien dem Fachhandel näherzubringen, startete Samsung Trainingstouren in ganz Deutschland und verdoppelte die Anzahl der Trainings pro Tag. Auch die Hologramm App wurde in die Trainingsmaßnahmen integriert. In diesem Jahr soll die Zusammenarbeit mit dem Handel mit individuellen Trainingsmaßnahmen im Rahmen des modularen Smart Dealer Trainings ausgebaut werden. Dabei ist auch eine Erweiterung der Hologramm App auch Geräte wie Kühlschränke und Wäschetrockner geplant.