

Superbrands

EN PRESENTASJON AV 50 AV DE
STERKESTE MERKENE PÅ DET NORSKE FORBRUKERMARKEDET

Denne boken er tilegnet alle de kvinner og menn som bygger og
verner om verdiene hos de sterkeste merkene i Norge.



Australia • Danmark • Dubai • Egypt • England • Finland • Fillippinene • Frankrike • Holland • Hong Kong • India
Indonesia • Irland • Italia • Kina • Malaysia • Marokko • Norge • Polen • Portugal • Russland • Saudi Arabia • Singapore
Spania • Sverige • Thailand • Tsjekkia • Tyskland • Ungarn • USA.

MOCCAMASTER

Markedet

Den norske befolkningen drikker på verdensbasis nest mest kaffe per person og representerer derfor et forholdsvis stort marked sett i forhold til innbyggertallet. Antall solgte kaffetraktere per år har ligget i overkant av 200.000, og Moccamaster har økt sin markedsandel kraftig slik at for 2003 var den på 32 % av 208.000 solgte kaffetraktere (Kilde: Norges Elektroleverandørers Landsforening 2003), og markedsandelen har fortsatt å stige.

Moccamaster var opprinnelig et produkt myntet på forbrukermarkedet, og var utviklet med tanke på at kundene stilte store krav til sin kopp kaffe. Etter hvert kom bedriftsmarkedet, kafeer og serveringssteder etter, påvirket av ansatte som stilte krav om like god og lett brygget kaffe på jobb som hjemme. Moccamaster var raskt ute og tilpasset seg dette markedet, blant annet ved å utvikle den doble kaffetrakteren som kan levere 2,5 liter kaffe på under 6 minutter.

Hele tiden mens markedet for kaffetraktere utviklet seg har et stort antall konkurrenter vært til stede, de viktigste har vært Philips, Braun og Bosch-Siemens.

Faghandelen har vært viktig i utviklingen av kaffemarkedet, og Moccamaster sin sterke posisjon har vært godt hjulpet av en faghandel med høy kompetanse og evne til rådgivning av kunden. Moccamaster garanterer god kaffe på kort tid, og når dette kommuniseres ut i markedet blir det lett å velge Moccamaster.

Kaffegrossistene har også vært viktige nøkkelspillere i markedet da disse har vært med på å anbefale kaffetraktere som Norsk Kaffe Informasjon / European Coffee Brewing Center (NKI / ECBC) anbefaler for at deres kaffe skal smake best mulig. I tillegg har deres reklamekampanjer og fokus på kaffedrikking bidratt til økt oppmerksomheten rundt god kaffe og kaffekultur. I slike sammenhenger har svært ofte Moccamaster blitt oppgitt som et merke som brygger den beste kaffen.

Samtidig representerer også andre kaffetilberedningsmetoder en konkurransefaktor for trakterne, en konkurranse som svinger med trendene innen kaffetilberedning.

Resultater

Det er solgt over 1,1 millioner Moccamaster i Norge siden Wilfa startet å markedsføre merket i Norge. Dette betyr at det er solgt en Moccamaster for mer enn hver andre husholdning. Den sterke posisjonen i markedet er bygd opp over mange år og salget har økt årlig.



Moccamaster har toppet mange forbrukertester der det har blitt slått fast at den gir den beste kaffen. Dette har ført til at de fleste kaffeleverandørene har valgt å

bruke Moccamaster til å demonstrere sin kaffe, samt bruke den i sine reklamekampanjer. Begge disse momentene har vært viktige bidrag i markedsføringen. Wilfa har også bidratt til å øke kunnskapen om kaffe hos det norske folk gjennom kaffeskolen og fokus på å informere om kaffe som drikk og næringsmiddel. Sammen med ECBC / NKI og kaffeleverandørene har Moccamaster bidratt til gode kaffeopplevelser i Norge, noe som har vist at Norge er det nest mest kaffedrikkende landet i verden per capita.

Mye av suksessen til Moccamaster ligger uten tvil i produktet. Kaffetrakteren er av så høy kvalitet og lager så god kaffe at den har vunnet en rekke tester gjennom årene. Disse testene har bidratt til å gjøre forbrukere oppmerksomme på kvaliteten på trakteren. Den første testen som ble gjennombruddet i Norge, var en forbrukertest i 1983. Her ble Moccamaster kåret som den eneste kaffetrakteren som fikk godkjent karakter. Etter denne testen opplevde Wilfa en storm av henvendelser. I tillegg har godkjenningen fra ECBC / NKI betydd mye for utviklingen av salget. Mange kaffetraktere har forsøkt å bli godkjent, men svært få har nådd opp til de strenge kravene. Siden Moccamaster først ble godkjent, har alle modellene oppnådd godkjenning. I dag er Moccamaster det eneste merket som har kaffetraktere godkjent av NKI / ECBC.

Historien

AS Wilfa ble grunnlagt i 1948 og har lang erfaring i utvikling av produkter spesielt tilpasset det Nordiske markedet. Selskapet er 100 % norskeid og med fokus rettet på nordiske krav vedrørende design, brukervennlighet og sikkerhet. Wilfa har datterselskaper i Sverige, Danmark, Finland og Hong Kong og er en av de største nordiske gruppene innen produktområdet småelektriske hvitevarer. Selskapet markedsfører Wilfa og Elram som er egne merkevarer, samt internasjonale merker som Moccamaster, Laura Star, Panasonic og Remington. Wilfa-konsernet omsatte i 2003 for 165 millioner kroner.

Wilfa overtok representasjonen for Moccamaster i 1982 og endret distribusjonsstrategien til også å omfatte faghandelen. Salget hadde da ligget stabilt på ca. 5.000 enheter i året. Etter en test i forbrukermagasinet i 1983 ble forbrukerne gjort oppmerksomme på hvilke



elementer som skulle til for å lage en perfekt kopp kaffe. Moccamaster var den eneste kaffetrakteren som oppfylte disse kravene og gikk seirende ut av testen. Dette ble kommunisert videre ut i markedet og bidro til en salgsøkning til ca. 12.000 enheter. Etter dette har Moccamaster vunnet mange tester og salget har økt hvert år: I oktober 2002, solgte Wilfa Moccamaster nr. 1 million i Norge og var klar markedsleder innen kaffetraktermarkedet, med 66.000 solgte kaffetraktere i 2003.

Produktet

På det norske markedet finnes det 12 forskjellige Moccamaster-modeller per 2004. Disse varierer i form, farge og materialvalg. Felles for alle modellene er at de er håndlaget og individuelt testet i Nederland. Hver eneste Moccamaster som kommer ut fra fabrikkens må gjennom et avansert testprogram før den rengjøres, pakkes og sendes ut til kunden.

Alle Moccamaster kaffetraktere har et kobberelement som varmes raskt opp og bidrar til den korte bryggetiden, i tillegg hemmer kobberplaten bakterieutvikling. Alle modellene har en flottør som kutter strømmen til hovedelementet når kaffen er ferdig brygget. Dermed blir kaffetrakteren en av de sikreste på markedet. De fleste modellene har også et eget varmeelement til kannen for å holde en stabil varme i kaffen etter at den er brygget ferdig. Dette sikrer at kaffen smaker godt i lang tid etter at den er ferdig traktet. Toppmodellene fra

Moccamaster er laget i aluminium, og det er en kjensgjerning at metalltraktere har en høyere brannsikkerhet enn plasttraktere og er mer robuste. Mange Moccamastere som brukes i dag er over 25 år gamle og lager fortsatt like god kaffe. Alle Moccamastere i Norge har 5 års garanti.

Moccamaster har også en kaffekvern som er godkjent av NKI/ECBC. Denne maler kaffen i nøyaktig den malingsgraden som er anbefalt og som brukes av de aller fleste kaffehus i Norge. Kaffekvernen har også en egen doserer som gir nøyaktig 7 gr. per klykk. Dette er den anbefalte mengden fersk kaffe til en kaffekopp. Også kaffekvernen innehar den samme høye kvaliteten som kaffetrakterne og er naturligvis også håndlaget og individuelt testet.

Moccamaster er det eneste merket som har godkjente kaffetraktere av NKI / ECBC i dag. Kravene for å få denne godkjenningen er at den skal trakte all kaffen uansett mengde på mellom 4 og 6 minutter. Vannet som treffer kaffen skal være på mellom 92 og 96 grader, mens den ferdige kaffen skal ligge mellom 80 og 85 grader. Dette er krav som er utrolig vanskelig å oppnå, men som sørger for at vannet trekker ut nøyaktig de riktige smaksstoffene i kaffen.

Sikkerhet og trygghet er viktige produktsegenskaper og selskapet har derfor over mange år samarbeidet nært med NEMKO (Norges Elektriske Materiekkontroll) slik at ingen produkter markedsføres før NEMKO har gjort en produktvurdering. Med dette går Wilfa lenger enn myndighetenes sikkerhetskrav for å sikre kundene topp kvalitet.

De fleste forbrukere oppfatter Moccamaster som den beste kaffetrakteren og at den lager den beste kaffen. Dette samsvarer med hvordan Moccamaster ønsker å bli oppfattet. De fleste er også opptatt av at den trakter kaffe raskt, både for å korte ventetiden men også siden det sørger for god kaffe. Kvaliteten på trakteren og den lange levetiden er noe som alle som eier en Moccamaster etter hvert blir klar over. Det som kanskje ikke er like kjent er hvor sikker den er. Flottørelementet som kutter strømmen til hovedelementet og det faktum at de fleste Moccamastere er laget i metall gjør trakteren til en av de sikreste på markedet.

Seneste utvikling

Kaffetraktermarkedet er inne i en trend med svak tilbakegang når det gjelder antall solgte enheter. Samtidig skjer det en dreining mot dyrere kaffetraktere (NEL juni 2004), slik at Moccamaster har økt antall solgte enheter med 21 % de to første kvartalene i 2004 sammenlignet med året før. Dette er sterkt med



tanke på at det skjer i et svakt fallende totalmarked. Det kan se ut som trenden går mot økt fokus på god kaffe, og det betyr at flere er villige til å investere mer penger i et produkt som garanterer best mulig kvalitet og gir merverdi i form av positive opplevelser. Dessuten gir Moccamaster lavest pris per kopp kaffe pga den lange levetiden.

Markedsføring

Wilfa har fokusert på at Moccamaster gir deg den perfekte kopp kaffe og de fordelene det er for forbrukeren å velge Moccamaster. Ut fra dette er det laget "10 bud" for god kaffe hvor selskapet forklarer hvordan man får god kaffe og hvilke elementer som påvirker smaken.

Wilfa AS har jobbet tett med både NKI / ECBC og kaffeleverandører på markedsførings-siden. På alle Moccamastere finnes et klistremerke som viser at trakteren er godkjent av NKI / ECBC. Norsk Kaffeinformasjon er en uavhengig organisasjon som jobber for fremme av god kaffe. De har utviklet et avansert test- og godkjenningsprogram for kaffetraktere. Per 2004 er Moccamaster det eneste merket som har kaffetraktere som er godkjent av NKI / ECBC. Mange konkurrenter har forsøkt å få en godkjenning, men ingen av de trakterne som er på markedet i dag har klart å tilfredsstille de strenge kravene som NKI stiller. Hele testprogrammet kan finnes på www.kaffe.no.

Wilfa AS har hatt en langsiktig strategi om å etablere og opprettholde Moccamaster som en anerkjent merkevare og som et ledd i denne tankegangen har selskapet hatt kontinuerlige markedsaktiviteter: TV kampanjer, annonsekampanjer, butikkmateriell, shop in shop løsninger og demonstrasjoner er noen av de elementene som har blitt brukt gjennom årene. Det som alle kampanjene har hatt til felles, er fokuseringen på hvorfor Moccamaster gir forbrukeren merverdi. Dette har blitt underbygd med logiske argumenter knyttet opp mot produktet. Wilfa har også fokusert mye på å utdanne butikkpersonell innen faghandelen om kaffe og kaffeopplevelse og dermed gitt dem kompetanse om hvordan man lager den perfekte kopp kaffe og dermed selge Moccamaster. Dette har Wilfa gjort ved å jobbe med opplæring satt i system, hvor selskapet tilbyr en egenutviklet kaffeskole.

Den største markedsføringen kommer kanskje fra forbrukeren selv. De som har kjøpt en Moccamaster, vil aldri gå tilbake til noe annet. "Word of mouth" effekten er dermed veldig stor og mange kjøper en Moccamaster fordi noen de kjenner har en eller de kjøper en ekstra til hytta eller båten fordi de er fornøyde med den de allerede har.



Merkeverdier

Wilfa har hatt som målsetting at Moccamaster skal oppfattes som den beste kaffetrakteren, som lager den best mulige kaffen ut fra forutsetningene. Denne målsettingen har langt på vei blitt oppnådd gjennom at merket har toppet så godt som alle tester over en 20 års periode, samt har blitt anbefalt av de aller fleste kaffeprodusentene. I folks bevissthet står kort og godt Moccamaster for det merket som lager best kaffe. Dette preger markedet slik at for kunder som vil vite hva de får og er kvalitetsbevisste, så er Moccamaster det naturlige valget.

Siden kvalitetstanken gjennomsyrrer hele produktet gir det Moccamaster en del andre fordelaktige egenskaper som at den er enkel i bruk, har lav feilrate, har lang levetid og at den er sikker i bruk. Disse egenskapene er et resultat av at Moccamaster består kun av kvalitetsdeler, er håndlaget og testet individuelt.

Ting du ikke visste om Moccamaster

Gjennomsnittlig levetid er klart lengst i forhold til konkurrerende merker. Det finnes i dag Moccamastere som er over 25 år og som fortsatt lager perfekt kaffe.

Selv om Moccamaster er i en høyere prisklasse enn mange konkurrenter, så vil prisen per kopp brygget kaffe bli den laveste i markedet fordi en Moccamaster varer så lenge.

Alle Moccamaster kaffetraktere er håndlaget i Nederland og hver enkelt trakter blir testet før den blir godkjent og pakket for salg.

Vår biologiske døgnrytme gjør oss merkbart sløvere etter lunsjtid. Bevisst kaffedrikking på dette tidspunktet kan være lurt. Omtrent to kopper vanlig kaffe, eller 200 milligram koffein, tar vekk mye av sløvheten. Vi blir mindre trøtte og mer opplagte. Kilde: Newswire i intervju med professor Jan Snel ved Universitetet i Amsterdam.

I 1850 var gjennomsnittlig kaffeforbruk per nordmann 3,5 kg per år. I 1970 var forbruket steget til 10 kg per person per år

Per 2001 handlet nordmenn kaffe for mer enn to milliarder kroner årlig.