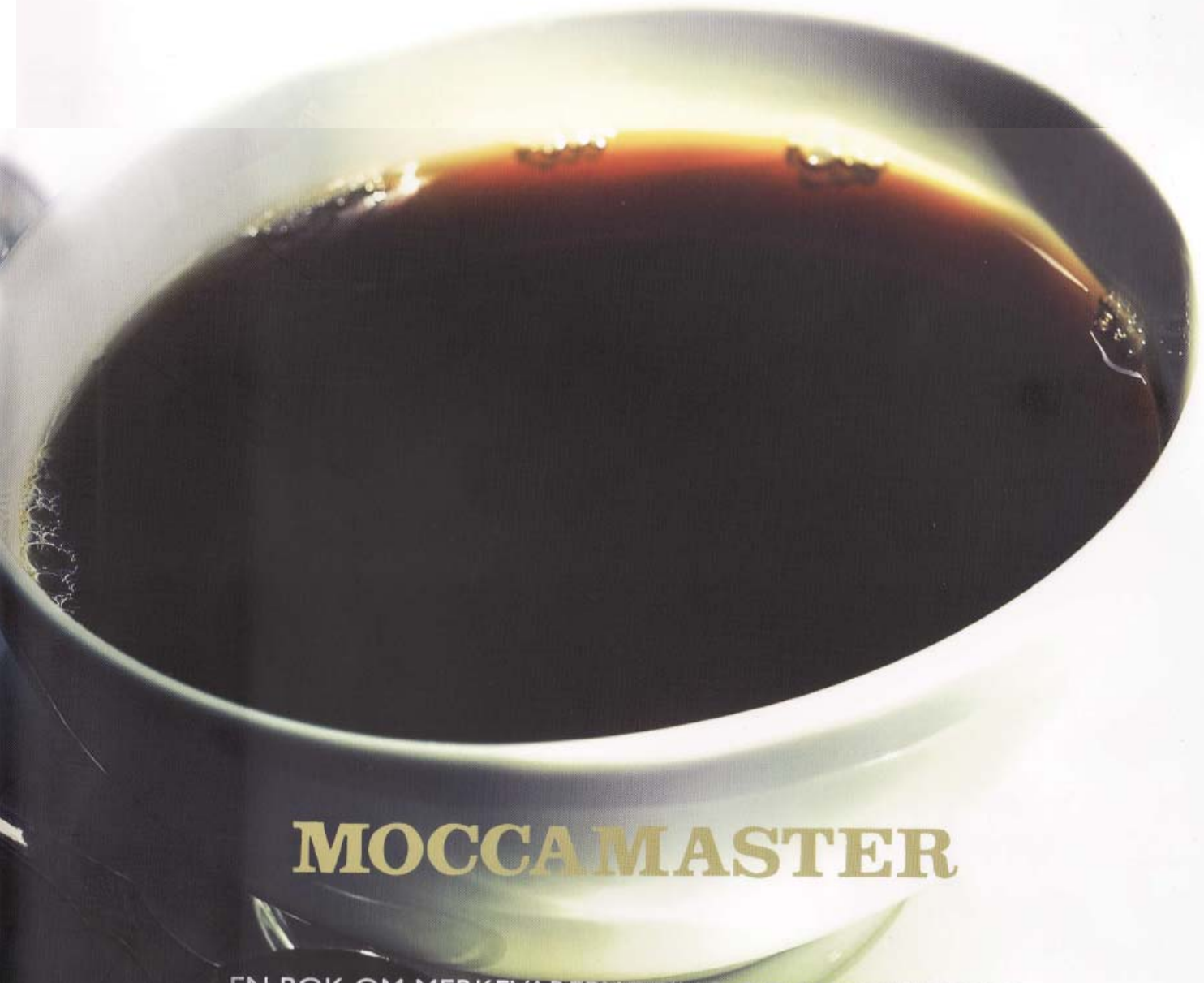


# Superbrands

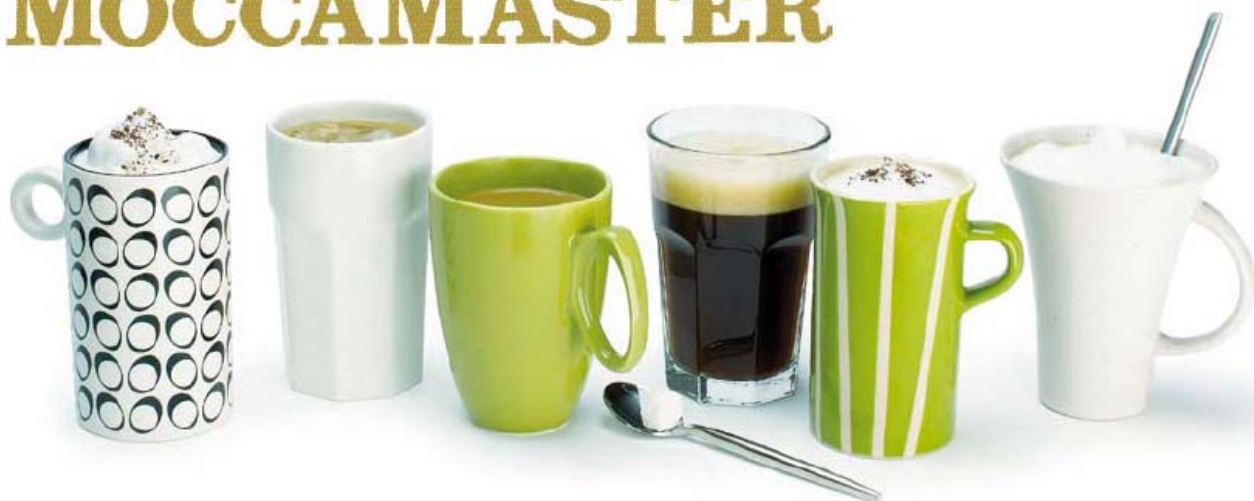
VOL. 2



**MOCCAMASTER**

EN BOK OM MERKEVAREBYGGING OG STERKE MERKER

# MOCCAMASTER



## Markedet

Moccamaster er norske kaffedrikkers førstevalg, og en overlegen markedsleder med en markedsandel på hele 40%. Siden lanseringen for 25 år siden, er det solgt mer enn 1,5 millioner Moccamaster i Norge! Hver trakter er håndlaget og individuelt testet, og har 5 års garanti. Hva er det som gjør Moccamaster så spesiell? Det er kort fortalt kaffen den produserer. Kaffe på sitt aller beste! Moccamaster garanterer en førsteklasses drikk, takket være traktetemperatur, kontakttiden vannet har med kaffen og temperaturen på den ferdige kaffen. Derfor er alle Moccamaster-modellene godkjent av Norsk Kaffeinformasjon, og bærer deres godkjenningssmerke.

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.



## Resultater

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. Den første testen 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 2006 ble Moccamaster kåret til "Best in Test" av TV2. Hjelper deg. 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.

## 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 egne merkevarer, samt internasjonale merker som Moccamaster og Laura Star.

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 salgssøkning til ca. 12.000 enheter. Etter dette har Moccamaster vunnet mange tester og salget har økt hvert år.

## Produktet

På det norske markedet finnes det 10 forskjellige Moccamaster-modeller per 2007. Disse varierer i form, farge og materialvalg. Felles for alle modellene er at de er håndlaget og individuelt

testet. Hver eneste Moccamaster som kommer ut fra fabrikken 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 fløtter 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 kaffen 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 Moccamaster 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. pr. klikk. 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 godkjent av NKI / ECBC. 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.

Moccamaster har høy fokus på sikkerhet og kvalitet. Når vannbeholderen er tom, vil trakteelementet slå seg av automatisk. Kun plateelementet som oppnår maksimalt 65 watt, holder etter dette kaffen riktig temperert.

I tillegg er trakteren utstyrt med to temperatursikringer. Wilfa har gjennom mange

år samarbeidet nært med NEMKO (Norges Elektriske Materiellkontroll) slik at ingen produkter markedsføres før NEMKO har gjort en produktvurdering. Med dette går selskapet 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.

### Siste utvikling

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.

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 fomyede med den de allerede har.

### Merkeverdi

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, er Moccamaster det naturlige valget.



### Ting du ikke visste om Moccamaster

Gjennomsnittlig levetid er klart lengst i forhold til konkurrerende merker. Det finnes i dag Moccamaster 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 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 pr nordmann 3,5 kg pr år. I 1970 var forbruket steget til 10 kg pr person pr år

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



# Superbrands

VOL. 2

EN BOK OM MERKEVAREBYGGING OG STERKE  
MERKER



**ABSOLUT**  
**Bang & Olufsen**  
**Bergans**  
**Berghaus**  
**BMW**  
**Brelett**  
**Carlsberg**  
**Finn.no**  
**Fjordland**  
**G-Sport**  
**Gule Sider**  
**Hydro**  
**Hødnebø home**  
**IKEA**  
**Jensen**  
**Lotto**  
**Maxbo**  
**Mercedes-Benz**  
**Microsoft**  
**Miele**  
**Moccamaster**  
**NetCom**  
**Nokia**  
**Norwegian**  
**Nycomed**  
**Opplysningen 1881**  
**PORSGRUND**  
**PricewaterhouseCoopers**  
**Ringnes**  
**SATS**  
**Scania**  
**Sigdal**  
**Snøhetta**  
**SuperOffice**  
**Synnøve Finden**  
**Twinings**  
**Veidekke**  
**Vesta**

ISBN 978-1-905652-35-8



9 781905 652358