

## Leifheit macht Dampf - Große Offensive zum Druckdampfbügeln im Handel gestartet

In Sachen Druckdampfbügeln geht Leifheit in die Offensive. Der Spezialist für Wäschepflege ergänzt sein Sortiment um die Sparte Druckdampfbügeln und hält für den Handel jetzt umfangreiches Informationsmaterial sowie ein POS-Package für das anspruchsvolle Bügeln lieferbereit. Dazu zählen spezielle POS-Videos, Folder für Endverbraucher und vor allem innovative Produkte. Zusätzlich werden die Verbraucher bei rund 500 Vorführungen über die Vorteile von Druckdampf-Bügelsystemen informiert. Profitieren wird der Handel zudem von umfangreichen PR-Aktivitäten in auflagenstarken Familien- und Frauenzeitschriften. Die Offensive beruht auf dem großen Absatzpotenzial, das hierzulande für Druckdampf-Bügelsysteme besteht. Zum Hintergrund: Leifheit hat zu Jahresbeginn die Dampfbügelsparte von Hailo übernommen. Nach der jetzt erfolgten Umstellung wird die komplette Range nun unter der Marke Leifheit vermarktet.

Wer mit Druckdampf bügelt, kommt schneller und schonender zum Ziel: Die innovativen Systeme von Leifheit ermöglichen eine Zeitersparnis von bis zu 50 Prozent. „Bei einem



Elektrohandel der Leifheit AG.

Familienhaushalt mit vier Personen können dies bis zu 200 Stunden im Jahr sein. Wenn man die so vermiedene Hausarbeit nur mit acht Euro die Stunde berechnet, kommt man auf einen Betrag von 1.600 Euro, der sich bereits in zwölf Monaten durch ein Druckdampf-Bügelsystem einsparen lässt“, erläutert Steffen Heycke, Key Account Manager

Doch bisher besitzt hierzulande weniger als ein Fünftel aller Haushalte zeitsparende Druckdampf-Bügelsysteme. „In anderen Ländern wie Frankreich oder Italien liegt diese Zahl merklich höher. Aber auch in Deutschland entdecken immer

mehr Verbraucher die Vorzüge von Dampfbügel-Stationen“, so Heycke. Leifheit stößt daher in diesen Wachstumsmarkt vor.

### **Handel profitiert von starker Marke**

Ab dem 01. August bietet das Unternehmen dem Handel nun ein komplettes Wäschepflegeprogramm aus einer Hand an. Leifheit positioniert sich bereits heute als die führende Marke im Bereich Wäschepflege – mit einer Sortimentsbreite, die sonst niemand vorweisen kann. Nach dem Erwerb der Druckdampf-Bügelsparte von Hailo erfolgten nun die Umstellung des Programms, die Neugestaltung der Verkaufskartons sowie die Vergabe neuer Artikel-Nummern. Von diesem Schritt wird auch der Handel profitieren. Das verdeutlichen die Ergebnisse einer Ipsos-Untersuchung aus dem vergangenen Herbst. Als vorverkaufte Marke hat Leifheit einen sehr hohen gestützten Bekanntheitsgrad von 89 Prozent. Zudem kann das Unternehmen eine besonders große Kundenzufriedenheit vorweisen: 91 Prozent von ihnen sind außerordentlich oder sehr zufrieden. „Dabei schätzen die Verbraucher vor allem die hohe Qualität unserer Produkte“, berichtet Heycke.



Und so sieht das derzeit größte Angebot an Druckdampf-Bügelssystemen aus: Mit StarLine gala steht ein Produkt der Premiumklasse mit umfassender Ausstattung bereit. Das Komplettsystem mit Hochleistungs-Druckdampf-Bügelstation und Permanent-Nachfüllsystem ermöglicht es, besonders schnell zu optimalen Ergebnissen zu gelangen. Für preisbewusstere Kunden ist das Druckdampf-Bügelkomplettsystem StarLine comfort plus im Sortiment, das auf den technologischen Kompetenzen aus mittlerweile über 100.000-mal verkauften Systemen beruht. Eine besonders breite Verbraucherschicht spricht StarLine airbase

an. Der leichte Aktiv-Bügeltisch wiegt gerade einmal rund neun Kilogramm und überzeugt durch ein besonders attraktives Preis-/Leistungsverhältnis: eine ideale Basis für alle

gängigen Dampf-Bügelstationen. Darüber hinaus im Angebot: Die bewährten Bügeltische von Leifheit, die auch das herkömmliche Bügeln erleichtern sowie weiteres Zubehör.

**Einmalig: Videos für den POS**

Zur Unterstützung der Endverbraucherkommunikation stellt Leifheit für StarLine airbase, StarLine comfort plus und StarLine gala dem Handel als einziger Hersteller POS-Videos zur Verfügung, die die Vorzüge des Druckdampfbügelns anschaulich demonstrieren. Die drei Videos sind auch im Internet unter [www.leifheit.de](http://www.leifheit.de) zum Anschauen verfügbar. Zudem informieren Folder über die Komplettlösungen und Bügeltische von Leifheit – ergänzt um Hinweise zu passenden Trocknern wie dem Wäscheschirm Linomotion und der Wäschespinne Linomatic. PR-Maßnahmen in der Consumer-Presse sowie bis zu 500 Dampfbügelvorführungen im zweiten Halbjahr 2009 runden die Marketing-Aktivitäten ab.

**Unternehmenskontakt:**

Leifheit AG  
Leifheitstraße 1, 56377 Nassau,  
Tel.: 02604 / 977 437, E-Mail: [pr@leifheit.com](mailto:pr@leifheit.com)

**Agenturkontakt**

P.U.N.K.T. PR GmbH  
Siegmond Kolthoff, Rainer Diederichs  
Theodorstraße 41a, 22761 Hamburg  
Tel.: 040 / 85 37 60 0, E-Mail: [info@punkt-pr.de](mailto:info@punkt-pr.de)