



PREMIUM IST...

Andreas Enslin, Chefdesigner Miele

Ein hoher Preis bietet noch keine Gewähr für eine Mehrleistung. Auf die Leistung eines Produktes bezogen bedeutet Premium, dass es die allgemeinen und damit durchschnittlichen Erwartungen an die für die Kaufentscheidung relevanten Merkmale übertrifft, und für eine Marke bedeutet das, dass sie immer wieder beweisen muss, zu welchen besonderen, ja außergewöhnlichen Leistungen sie in der Lage ist. Nur wer Premium-Erwartungen immer wieder aufs Neue überzeugend erfüllt, kann auf Dauer mit dem Vertrauen der Kunden rechnen. Vor einigen Jahrzehnten wurden Qualität und der Wert eines Produkts weitestgehend am verwendeten Material festgemacht. Heute macht Qualität, neben dem verwendeten Material und dessen Herkunft, ein ganzes Bündel an Faktoren und Werten aus. In unserer Branche sind dies etwa Ergebnisqualität, Haptik, Bedienkomfort, Energieeffizienz, hochwertiges Design und besondere Serviceleistungen. Das Premium-Produkt adelt obendrein seinen Nutzer: Es weist ihn als Kenner aus, als jemanden, der sich mit dem Produkt und dessen Nutzung intensiv auseinandergesetzt hat.



Markus Schüller, Geschäftsführer Schüller Küchen und der Premiumlinie „Next125“

Exklusive Produkte, die dem gehobenen Anspruch an Qualität, Nachhaltigkeit und Gestaltung gerecht werden und zusätzlich einen emotionalen Mehrwert bieten, werden dem Begriff Premium gerecht. Im Schüller-Portfolio erfüllen wir mit „Next125“ diese Prämisse getreu dem Claim: Design im Einklang mit Natur und Preis.



Prof. Dipl.-Des. Martin Beeh Labor für Designmanagement, Hochschule Ostwestfalen-Lippe

Premium ist Benchmark einer Branche und ein Premiumprodukt hat von allem Notwendigen nur das Beste. Welch ein Gefühl für den Küchennutzer, die Gewissheit zu verspüren, eine gute, vertrauenswürdige und langlebige Investition in das private Küchenglück erworben zu haben, die jeden Tag aufs Neue und Angenehmste überrascht. Premium ist eben kein „Mittelmaß“, sondern wirklich „Spitze“. Die Einstellung zur Arbeit im Unternehmen an und mit einem Premiumprodukt ist anders als beim Fast Follower, der oft aus der Mitte kommt. Ein Premiumprodukt hat auch als Erstes eine Innovation, denn es möchte und muss sich vom „Me too“ unterscheiden.