

SharkNinja kommt mit großen Erwartungen auf die IFA

Bislang größter Messeauftritt in Deutschland

Seit der Gründung der Niederlassung in Frankfurt Mitte des vergangenen Jahres hat SharkNinja in Deutschland ein beispielloses Wachstum erzielt. Die IFA 2024 soll dem Unternehmen weitere wichtige Impulse geben. PoS-MAIL hat mit Geschäftsführer Michael Maier über die diesjährigen Erfolge des Unternehmens in Deutschland und seine Erwartungen an den Messeauftritt in Berlin gesprochen.

PoS-MAIL: SharkNinja hat im vergangenen Jahr im deutschen Markt für Elektrokleingeräte einen fulminanten Wachstumskurs hingelegt. Hat sich diese Entwicklung in diesem Jahr bisher fortgesetzt?

Michael Maier: Wir können stolz behaupten, dass wir weiterhin einer der am stärksten wachsenden Hersteller von Haushaltsgeräten auf dem deutschen Markt sind, obwohl die Zeit aktuell für die Branche nicht einfach



SharkNinja-Geschäftsführer Michael Maier: „Die IFA ist im Jahr ihres 100-jährigen Jubiläums ein absolutes Highlight für uns.“

ist. Aber wir schaffen es immer wieder, zeitgemäße, innovative Produkte auf den Markt zu bringen und diese kontinuierlich weiterentwickeln. Wir schauen uns die Bedürfnisse der Konsumenten an, identifizieren Probleme und finden Lösungen. Denn mit unseren Produkten möchten wir den Alltag der Verbraucher einfacher und komfortabler gestalten. Um dieses Ziel zu erreichen, investieren wir enorm in Forschung und Entwicklung – und das findet großen Zuspruch bei unseren Kunden.

PoS-MAIL: 2023 waren Sie mit Heißluftfritteusen besonders erfolgreich. Welche Produkte weisen in diesem

Jahr die höchsten Wachstumsraten auf?

Michael Maier: In der Kategorie Heißluftfritteusen sind wir mit der Marke Ninja laut einem unabhängigen Marktforschungsinstitut weiterhin führend auf dem deutschen Markt. Aber auch unsere Ninja Creami Eismaschine ist ein echter Dauerbrenner. Sie war mit über 800 Millionen Views auf TikTok 2023 das Küchenshieldes Jahres und die Nachfrage ist aktuell sehr hoch. Hinzu kommen unser Outdoor-Produkte, mit denen wir mittlerweile führend im Bereich der elektrischen Grillgeräte sind und ein sehr umfassendes Sortiment anbieten. Shark ist eine der am stärksten wachsenden Marken in der Kategorie kabellose Staubsauger in Deutschland. Auch im Bereich Beauty sind wir keine Unbekannten mehr: Die Haartrockner und -styler unserer jüngsten Marke erfreuen sich immer größerer Beliebtheit.

PoS-MAIL: Die Eismaschine Creami war international ein besonders spektakulärer Erfolg. In diesem Jahr haben Sie mit der Creami deluxe das Leistungsspektrum dieses Gerätes

nochmals erweitert. Sind Sie damit in Deutschland so durchgestartet, wie Sie das Anfang des Jahres erwartet haben?

Michael Maier: Die Realität ist: Bevor wir mit unserer Creami am 11. März bei 8°C Außentemperatur zum ersten Mal unsere Werbekampagne inklusive massiver TV-Werbung gestartet haben, gab es nicht wirklich einen Markt für Eismaschinen in Deutschland. Creami hat diese Kategorie komplett verändert, und unsere Handelspartner freuen sich, dass sie mit unseren Produkten Zusatzumsatz generieren können. Dies wird auch durch ein unabhängiges Marktforschungsinstitut bestätigt – hier belegen wir mit unseren beiden Creami Modellen Platz 1 und Platz 2 der meistverkauften Eismaschinen in diesem Jahr in Deutschland.

PoS-MAIL: In welchen Medien kommunizieren Sie diese Erfolgsgeschichte?

Michael Maier: Social Media spielt für uns eine enorm wichtige Rolle – das zeigt z. B. die große Resonanz des Vorgängermodells der Ninja Creami deluxe auf TikTok im vergangenen Jahr. Unsere Community wächst und wächst; und sie teilt ihre positiven Erfahrungen mit unseren Produkten, was für uns natürlich Sichtbarkeit schafft und dabei hilft, die Marken zu positionieren. Daneben investieren wir auch in TV-Werbung, innovative Events und Sponsorings. Zuletzt haben wir z. B. passend zur Fußball-Europameisterschaft die Fußballikonen Peter Crouch, Thierry Henry sowie Bastian Schweinsteiger an Bord geholt und die Kampagne #RaiseYourGame ins Leben gerufen. Selbstverständlich sind auch unsere



Die innovative Eismaschine Creami deluxe ist einer der Bestseller im Ninja Sortiment.

Vertriebspartner ein sehr wichtiger Faktor für uns, da wir den Endkunden nur gemeinsam mit dem Handel umfassende und einzigartige Marken- und Produkterlebnisse bieten können.

PoS-MAIL: Wo liegen die Gründe für den Markterfolg der Ninja Creami und der neuen deluxe-Version?

Michael Maier: Uns gelingt es, mit unseren Produkten den aktuellen Zeitgeist zu treffen, auf die Wünsche unserer Kunden einzugehen und Lösungen für Probleme zu finden. Die Ninja Creami ist hierfür ein hervorragendes Beispiel, da sie global unter anderem dank Social Media zu einem echten „It-Piece“ geworden ist. Die Community teilt unzählige frostige Dessertvariationen und zeigt, was alles mit der Eismaschine möglich ist. Schon optisch unterscheidet sich die Creami durch ihr schmales, platzsparendes Design von klassischen Eismaschinen. Von der Größe her kann man sie gut mit einer Filterkaffeemaschine vergleichen. Und die Zubereitung ist einfacher als bei her-

kömmlichen Eismaschinen, da die Creami keinen Kompressor oder Kühlbehälter braucht. Man gibt die Zutaten für das Eis einfach in den Behälter, stellt ihn für 24 Stunden ins Gefrierfach – und am nächsten Tag spannt man ihn nur noch in die Maschine und wählt das Programm aus. Mit der deluxe-Version hat man nun vier zusätzliche Funktionen zur Auswahl – und 50 Prozent mehr Fassungsvermögen. Ein weiterer Vorteil: Die Reinigung ist kinderleicht und geht sehr schnell. Das wird uns immer wieder von den Konsumenten bestätigt.

PoS-MAIL: In einigen Wochen trifft sich die Branche auf der IFA 2024 in Berlin. Was erwarten Sie für SharkNinja auf dieser Messe?

Michael Maier: Die IFA ist im Jahr ihres 100-jährigen Jubiläum ein absolutes Highlight für uns. Es wird für uns der bislang größte Messeauftritt in Deutschland, denn wir werden unsere Marken Shark, Shark Beauty und Ninja auf über 1.300 Quadratmetern in Halle 3.1 präsentieren. Man darf sich auf diverse Neuheiten und neue Produktkategorien freuen – hier möchte ich aber noch nicht zu viel verraten. Ein Besuch bei uns zahlt sich aber in jedem Fall aus, das kann ich schon versprechen. Wir starten am 5. September um 9.00 Uhr auf unserem Messestand mit einer Pressekonferenz, zu der ich Sie herzlich einlade. Was uns besonders freut: Unser CEO Mark Barrocas ist einer der Keynote-Speaker der IFA. Auf seinen Auftritt am Freitag, 6. September, um 15.00 Uhr darf man sehr gespannt sein.

PoS-MAIL: Vielen Dank für dieses Gespräch, Herr Maier.