

# Presseinformation

## **Varia – ein Konzept mit Markenqualität**

Warum greift der Verbraucher zur Marke? Er kann sich darauf verlassen, dass es sich um ein Produkt handelt, das einen Qualitätsstandard liefert. Eine Marke gibt Sicherheit und ist imagebildend. Entscheidet sich der Verbraucher für eine Marke, so ist dies im Prinzip ein Empfehlungskauf, ähnlich der Mund-zu-Mund Werbung. Lassen sich beide Komponenten zudem noch miteinander verbinden, werden die Erfolgchancen für das Produkt potenziert.

Erkenntnisse, die Varia bei der Neuausrichtung in die Marketingstrategie hat einfließen lassen. Ab sofort wird das Küchenprogramm als durchgängige Handelsmarke unter dem Markennamen Varia – Die Küche zum Leben angeboten. In Verbindung mit der Fachkompetenz der Küchenspezialisten wird somit das Vertrauen in das Unternehmen weiter ausgebaut. Dass so auch die Vergleichbarkeit für die Schnäppchenaspiranten eingeschränkt wird, ist ein zusätzlicher Wettbewerbsvorteil für alle Varia Partner.

Weiter optimiert wurde auch der Werbeauftritt. Die Attraktivität als Partnerschaftsmodell wird insgesamt erhöht und für neue Partner noch interessanter. Jüngster Lizenznehmer von insgesamt sieben weiteren Zugängen in 2011 ist Peter Friedrich aus Burgau, der es geschafft hat, sich innerhalb kürzester Zeit einen guten Namen in der Küchenbranche zu erarbeiten.

Um den erfolgreichen Unternehmensstart in Richtung Zukunft zu sichern und weiterzuentwickeln, entschied er sich für das Partnerschaftsmodell Varia – Die Küche zum Leben.

Mit der Gesamtleistung Varia bestehen die besten Chancen, sich erfolgreich im Markt zu etablieren. Dies gilt nicht nur für Küchenspezialisten, die auf eigenen Füßen stehen wollen, sondern auch für etablierte Unternehmen, die sich neu ausrichten.

**Varia Franchise GmbH**  
Mollenbachstraße 2 • 71229 Leonberg  
**Zentrale Kommunikation**  
**Tel.: 0 71 52 / 60 97-160 • Fax: 0 71 52 / 60 97-500**  
**E-Mail: [presse@varia.de](mailto:presse@varia.de)**