TRENDKOMPASS NEWSLETTER

?Es war die perfekte Hochzeit?

Massimo Zava (rechts) mit Adrian Penner, Vertriebsleiter Foodservice bei Smeg, im la Pavoni- Schulungsraum auf Gut Böckel in Rödinghausen / Foto: GW Verlag/ylu

Leistungsstark und designorientiert ? dafür steht die italienische Traditionsmarke la Pavoni mit ihren professionellen Espressomaschinen. In ihrem Heimatland ist sie Kult, ihren Ursprung hat sie im Jahr 1905. Vor zwei Jahren erfolgte der Anschluss an die Smeg Gruppe. Massimo Zava, International Sales Manager bei Smeg Foodservice, gibt einen Blick in die Zukunft der Marke. Von Yvonne Ludwig-Alfers für den Trendkompass 12-2021

Herr Zava, können Sie uns bitte einen kleinen Einblick in die Entwicklung von la Pavoni bis heute geben?

La Pavoni ist einer der ältesten Hersteller von professionellen Espressomaschinen beziehungsweise Siebträgermaschinen. Gegründet wurde das Unternehmen 1905 in einer kleinen Mailänder Werkstatt von Desiderio Pavoni. Die erste Maschine war schon ein Kunstwerk, das aber sehr viel Platz einnahm. Im Laufe der Jahre hat sich la Pavoni stetig weiterentwickelt, immer mit dem Schwerpunkt auf Design. Es gibt heute noch Modelle aus den 1960ern von berühmten Designern oder Architekten in Museen.

Seit 2019 gehört la Pavoni nun zur Smeg Gruppe, die im Bereich Foodservice für designstarke und effiziente Spül- und Gartechnik bekannt ist. Wie kam es zu dem Schritt, das Sortiment um professionelle Espressomaschinen zu erweitern?

Smeg hat bereits vor einiger Zeit im Haushaltsbereich damit begonnen, Kaffeemaschinen ins Sortiment mitaufzunehmen. Ein Grund dafür ist, dass der Kaffeemarkt ein stetig wachsender Markt ist. Für den Professional-Bereich hat man ebenfalls begonnen, in diese Richtung seine Fühler auszustrecken. Als sich die Gelegenheit ergab, la Pavoni zu übernehmen, haben wir

uns dafür entschieden. Smeg hat immer großen Wert auf Design und Qualität gelegt und dazu passte die gleiche Intention von la Pavoni. Es war die perfekte Hochzeit. Im Oktober 2019 ? kurz vor der damaligen Host ? hat die Smeg Gruppe la Pavoni schließlich gekauft und die Herausforderung angenommen, die Kommunikation zwischen den Unternehmen und die Produkte innerhalb der Vertriebsschiene zu integrieren. Smeg hat 18 weltweite Niederlassungen, die die Marke la Pavoni in absehbarer Zeit in ihr Produktportfolio aufnehmen werden.

In welchen Ländern beziehungsweise Niederlassungen sind Sie derzeit mit la Pavoni ? außerhalb Italiens ? aktiv?

In Deutschland haben wir diesen Sommer angefangen. Begonnen haben wir bereits auch in Frankreich und Russland. Unser nächster Schritt wird der skandinavische Markt sein. Für das nächste Jahr ist auch Australien geplant.

Smeg Foodservice hat la Pavoni im Herbst 2019 gekauft. Im Frühjahr 2020 ? beziehungsweise in Italien noch früher ? begann die Corona-Pandemie. Wie stark hat diese die Smeg-Pläne hinsichtlich der Vertriebsstrategie von la Pavoni beeinflusst?

Wir haben mit Russland gestartet und hatten das Glück, dass wir hier Anfang 2020 noch die Möglichkeit hatten, zum Beispiel eine Messe zu machen. Für die anderen Märkte wie Deutschland konnten wir dies nicht, haben aber die Zeit intensiv genutzt, um uns darauf vorzubereiten, indem wir Kataloge sowie Konzepte für Verkaufs- und Technikschulungen erstellt haben. Für den deutschen Markt haben wir in dieser Zeit auch den Schulungsraum in unserem Smeg Showroom (für den Haushaltsbereich ? Anmerk. d. Red.) in Rödinghausen auf dem Gut Böckel geschaffen. Dieser wird uns zukünftig für Fachhandels- und Endkunden- Schulungen zur Verfügung stehen.

In Italien ist, wie bereits erwähnt, die Marke sehr bekannt. In Deutschland ? so unser Eindruck ? nicht. Was wollen Sie unternehmen, um den Bekanntheitsgrad hierzulande zu steigern?

La Pavoni ist in der Gastronomiebranche auch in anderen Ländern außerhalb Italiens bereits bekannt. Die Marke war allerdings etwas eingeschlafen und es wurde wenig auf sie aufmerksam gemacht. Das werden wir ändern. Überall, wo nun Smeg Foodservice auftritt, wird auch la Pavoni präsent sein ? zum Beispiel auf der nächsten Internorga in Hamburg. Darüber hinaus setzen wir auf die Vertriebsschulungen und andere Aktivitäten wie Event-Kooperationen.

Welche Rolle wird/soll der deutsche Markt zukünftig generell bei la Pavoni einnehmen?

Deutschland ist für alle unsere Smeg-Geräte sowohl im Haushalts- als auch im Professional-Bereich ein extrem wichtiger, aber auch herausfordernder Markt. Es ist ein sehr großer Markt und viele Unternehmen beziehungsweise Marken wollen hier Fuß fassen. Hier wollen wir auch unseren Platz einnehmen und haben dafür die entsprechenden Voraussetzungen wie die Schulungsmöglichkeiten und den Technischen Service geschaffen.

Arbeiten Sie in Sachen la Pavoni bereits mit dem deutschen Fachhandel zusammen? Wie viele Fachhändler sind es bereits und müssen sie bestimmte Auflagen für eine Zusammenarbeit erfüllen?

Wir arbeiten grundsätzlich bei Smeg Foodservice nur mit Fachhändlern zusammen. Das gilt auch für la Pavoni. Im Vorfeld haben wir dafür unsere Partner analysiert und eruiert, wer schon Kaffeemaschinen und den entsprechenden Service anbietet. Diese haben wir im ersten

Schritt angesprochen, mit einigen arbeiten wir nun zusammen. Bei der Akquise suchen wir immer den persönlichen Kontakt, gehen Schritt für Schritt vor und loten Möglichkeiten der Zusammenarbeit aus. Bei einer Zusammenarbeit, egal ob mit Smeg Foodservice oder jetzt auch mit la Pavoni, legen wir Wert auf Schulungen in den Bereichen Vertrieb und Technik sowie die Bereitschaft, Ersatzteile im Lager bereitzuhalten, damit ein schneller Service gewährleistet ist.

Die Maschinen der Edizione Barista punkten mit Design und Technik. Welche gastronomischen Zweige sollen sie ansprechen? Haben Sie darüber hinaus noch weitere Maschinen für das Gastgewerbe im Portfolio?

Die vier Modelle der Edizione Barista, also die Diamante, Desiderio, Geniale und Pub, haben wir explizit für den Einstieg in den deutschen Markt ausgesucht. Bewusst haben wir uns nur für wenige Modelle entschieden, obwohl la Pavoni durchaus mehr Geräte in seinem Portfolio hat. Hintergrund sind zum einen logistische Aspekte und zum anderen wollten wir den Markt nicht sofort mit einem zu umfangreichen Sortiment ?überschwemmen?. Mit der Auswahl, die durch ihr Design punktet, wollen wir Betriebe ansprechen, in denen die Kaffeemaschine im Mittelpunkt steht und der Gastronom auch etwas Besonderes sucht. Dafür empfiehlt sich beispielsweise die Diamante. Das Modell haben wir als erstes in Deutschland in einem Sternerestaurant in München installiert.

Lassen sich die Maschinen individualisieren oder auf Wunsch mit eigenen Logos und Features versehen?

Die Diamante bieten wir in drei Farben an: Blau, Rot, Gold. Wir haben hier auch schon ein Sondermodell für einen russischen Kunden gemacht in den Farben Blau, Rot und Edelstahl. Die Desiderio ist ebenfalls in unterschiedlichen Farben erhältlich. Eigentlich wollten wir hier nicht über unser vergebenes Farbspektrum hinaus gehen, aber das haben wir auch schon für Kunden gemacht und haben die Maschine in der Wunschfarbe geliefert.

Die Pub zeichnet sich durch einen geringen Platzbedarf aus. Werden diese Geräte aufgrund ihrer Maße öfters angefragt, weil Platz in der Gastronomie bekanntlich rar ist, aber Gastronomen trotzdem gute Kaffeequalität bieten wollen?

Genau. Die Pub wurde für die englischen Pubs konzipiert, die wenig Platz haben, aber Wert auf guten Kaffee legen. Daher auch ihr Name. Als zweigruppige Maschinebesitzt sie in der Breite gerade mal 60 Zentimeter. Ist also wesentlich kleiner als andere zweigruppige Maschinen. Das war für uns einer der Gründe, diese Maschine für den deutschen Markt anzubieten.

Welche Maschine wird am stärksten weltweit nachgefragt?

Am stärksten nachgefragt wird aktuell die Desiderio. Der Grund dafür sind ihre verschiedenen Gruppen, die sich unterschiedlich steuern lassen.

FACTS

1905 wurde la Pavoni von Desiderio Pavoni in Mailand ins Leben gerufen, 2019 erwarb die Smeg Gruppe das Unternehmen.

Mit dem Kauf erweiterte Smeg Foodservice sein Portfolio im Professional-Bereich um hochwertige, designstarke Espressomaschinen.

Alle Kaffeemaschinen von la Pavoni werden in Italien produziert.

In Deutschland sind aktuell vier Maschinen erhältlich, die sogenannte Edizione Barista.