

## Internationella lanseringen av Fiskars köksprodukter fortsätter i Europa

Den internationella lanseringen av Fiskars köksprodukter fortsatte i februari 2015 när Fiskars presenterade det andra måltidsbaserade köksproduktskonceptet: Go Breakfast på Ambiente-mässan i Frankfurt. I konceptet ingår all den utrustning som behövs för frukost, bland annat en saftpress, en äggskärare och en pressokanna. Produktserien kommer till salu runt om i Europa under hösten 2015. Den internationella publiken fick också bekanta sig med nykomlingarna i kok- och stekjärskategorin i serien Fiskars Functional Form vars samtliga nya kärl är optimerade för olika spisar. I fortsättningen fokuserar Fiskars i kok- och stekkärl på varumärket Fiskars och satsar också på att effektivt bygga upp varumärket.

Den första internationella lanseringen inom Fiskars nya köksproduktskoncept var Go Cutting som innebar att man lanserade ett förnyat sortiment Functional Form-köksknivar som kom till salu hösten 2014. Tack vare saxar och trädgårdsredskap är Fiskars redan en global expert på klippande verktyg och denna kunskap utnyttjades då bolaget skapade de skärvärktyg som tillhör Go Cutting-konceptet. Som uppföljare till Go Cutting-konceptet lanserade Fiskars det första måltidsbaserade köksproduktskonceptet: Go Salad som kom till salu i januari 2015.

*"Vår modiga och fräscha inställning har fått ett entusiastiskt mottagande i Europa både bland våra kunder och inom medierna. Snarare än att bara lansera enskilda produkter bygger Fiskars koncept på produkterna man behöver för vissa kökssysslor eller för en viss måltid, som till exempel för att tillreda en sallad. Dessa koncept grundare sig i Fiskars designfilosofi genom vad vi kallar Kitchen Management, det vill säga att produkterna är lätta att använda, rengöra och förvara samt att de fungerar perfekt ihop", berättar Christian Bachler, direktör, köksprodukter.*

Under de senaste åren har Fiskars framgångsrikt gjort varumärket Fiskars mer känt internationellt och ökat sina marknadsandelar i synnerhet i Europa. Handeln och medierna har gett måltidsbaserade produktkoncepten ett mycket gott mottagande och distributionen av köksprodukter har ökat inom bolagets nyckelmarknader i Centraleuropa.

**Video:** <https://www.youtube.com/watch?v=YMmOe85ozto>

### Mer information:

la Adlercreutz, marknadsföringsdirektör, Fiskars funktionella produkter, tfn 050 599 3832

### Fiskars - Århundraden av stolthet och passion för design. Varje dag.

*Fiskars grundades år 1649 i Fiskars Bruk och är idag en ledande leverantör av konsumentprodukter för hem, trädgård och uteliv. Fiskars produkter säljs i mer än 60 länder och hjälper att lösa vardagliga problem och göra olika sysslor i hemmet, trädgården och ute i det fria lättare och roligare världen över - tack vare sin överlägsna design och funktionalitet. Fiskars är noterat på Nasdaq Helsinki och gruppens omsättning var 768 milj. euro år 2014. Koncernens internationella varumärken är Fiskars, littala och Gerber. [www.fiskarsgroup.com](http://www.fiskarsgroup.com)*