

GfM-Trend-Küchenmesse

„Ein Leben für den guten Geschmack“

Montag, 05.12.2011



Gut gelaunt zeigte sich Joachim Herrmann, Geschäftsführer des GfM-Trend Möbeleinkaufsverbandes, zur diesjährigen Verbandsküchenmesse in Bad Gögging. (Fotos: Waburek)

Am 3. und 4. Dezember war es wieder so weit: Unter dem Motto „Ein Leben für den guten Geschmack“ hat GfM-Trend seine Partner aus dem Küchenhandel zur alljährlichen Verbandsküchenmesse eingeladen – und konnte dabei mit einem Plus von 8,48% im Bereich Küche, E-Geräte, Zubehör hervorragende Umsatzzahlen präsentieren. Dass die gute besuchte Veranstaltung diesmal nicht im alten Güterbahnhof Herford stattfand, dürfte vor allem die Küchenhändler aus dem Süden gefreut haben. Insgesamt stand das Küchen-Event im Zeichen eines Trading-up. Das zeigten beispielsweise die erstmaligen Teilnahmen von Miele und Berbel. Aber auch bei den Werbemitteln ist GfM-Trend deutlich dem Trend hin zu einer sehr hochwertigen und klaren Präsentation gefolgt. Beispielhaft dafür stehen die neugestalteten Innen- und Außendisplays und die Neukonzeption des „apéro“-Journals. Eine zeitgemäße Werbeform stellte GfM-Trend mit dem EBN Videomarketing vor, ein modernes Marketing-Instrument, um Küchenhändlern die Präsentation des eigenen Unternehmens via Video im Web zu erleichtern. Im Zentrum der GfM-Trend Küchenmesse standen neben den PAL-Geräten „topline“, die hochwertigen „apéro“-Küchen und „Casa“. „topline“ begeisterte als eine exklusive, moderne und preisgünstige Küche mit einem hohen Qualitätsanspruch an Material und Verarbeitung sowie einer unter dem Gesichtspunkt der Nachhaltigkeit beispielhaften Produktion. „apéro“ setzt dagegen Akzente im hochwertigen Bereich. Die Grundidee: ein Mehr an Funktion, Haptik, Optik und Wertigkeit mit einem Höchstmaß an Individualität zu verbinden. „Casa“, die letztes Jahr in Herford neu vorgestellt wurde, richtet sich insbesondere an eine junge Käuferschaft.

[zum Seitenanfang](#)