Grohe

Fokussierte Strategie für den Küchenmarkt

Grohe will mittelfristig die zweitstärkste Marke im Küchenmarkt für Produkte rund um die Spüle der DACH Region werden.

Mittwoch, 04.11.2020

Im Bad eine fest etablierte Branchengröße, möchte Grohe zukünftig seine Position im Bereich Küche stark ausbauen. Die Premium-Marke verfügt nicht nur über ein umfangreiches Sanitärsortiment, sondern auch über Produkte für den kompletten Bereich rund um die Spüle. Nun präsentiert der Hersteller eine fokussierte Strategie für den Küchenmarkt.

„Wir wollen künftig die Werte und Eigenschaften, die die Marke Grohe stark machen, auch im Küchenbereich stärker ausspielen. Sowohl für den Endverbraucher als auch Planer und Berater“, erklärt Alexander Zeeh, Regional Vice President Central Europe. Gemeinsam mit Niklas Michel, Head of Kitchen Central Europe, setzt er auf einen neuen kooperativen Vertriebsansatz, der sich auf die drei Säulen Küchenspezialisten, Küchen- und Möbelspezialisten und Küchenhersteller stützt. Mit Nobilia, der MHKGroup und Garant wurden bereits Kooperationen vereinbart, weitere sollen folgen. „Wir freuen uns, zukünftig mit namhaften Küchenpartnern zusammenzuarbeiten und in ihren Showrooms vertreten zu sein“, so Michel. „Ein weiterer wichtiger Bestandteil unserer Maßnahmen ist die gezielte und vielfältige Unterstützung der Mitarbeiter im Handel, bei Beratung und Verkauf – von der Planungssoftware bis hin zu Beratungsunterlagen. Dazu haben wir ein neues Vertriebsteam mit fünf Kollegen im Key Account Management aufgebaut. Unser Ziel ist ganz klar, mittelfristig zweitstärkste Marke im Küchenmarkt für Produkte rund um die Spüle der DACH Region zu werden.“

„Um unsere Position im Küchenfachhandel weiter auszubauen, setzen wir bewusst auf die Grohe Kompetenz rund ums Wasser und bedienen mit Küchenarmaturen und Spülen, den Grohe Wassersystemen ‚Blue‘ und ‚Red‘, einem begleitenden Zubehörprogramm und Accessoires den gesamten Bereich ‚rund um die Spüle‘, fasst Michel das umfangreiche Portfolio zusammen. „Im Mittelpunkt steht dabei der Perfect Match-Gedanke, bei dem die unterschiedlichen Produkte in Form, Farbe und Funktion perfekt aufeinander abgestimmt sind.“ Ein Highlight im Sortiment ist die Plattformtechnologie „SmartControl“, die mit intuitiver Bedienung eine präzise Einstellung der Wassermenge erlaubt. Dabei wird der Wasserfluss der Armatur nicht mit einem Hebel, sondern per Knopfdruck an der Brause gesteuert.

Fokussierte Strategie für den Küchenmarkt

- [Grohe](#)