

KüchenTreff – Neue Programme

Der Händler als regionaler Star

KüchenTreff unterstützt seine Mitglieder vor Ort mit einem bunten Strauß an Möglichkeiten.

Dienstag, 25.05.2021

Gewürze aus Indien, Olivenöl aus Italien, Wein aus Frankreich. Das Konsumverhalten der Menschen wird immer globaler und digitaler. Doch eine Branche trotz dem Trend: der Küchenhandel. Küchen werden immer noch bevorzugt beim Händler aus der Region gekauft.

Mit gutem Grund: Die Planung benötigt Expertise, ein fester Ansprechpartner hilft über den gesamten Prozess und beim wichtigsten Raum der Wohnung möchte man vorher doch gerne einmal die Materialien sehen und fühlen. Für Küchenstudios ist es also essenziell, zur regionalen Marke zu werden – und dabei hilft der Einkaufsverband KüchenTreff seinen Mitgliedern mit einem bunten Strauß an Möglichkeiten: Pressearbeit und Anzeigenschaltung in den Lokalmedien gehören ebenso dazu wie Prospekt-Mailings in der Region, die KüchenTreff übernimmt.

„Alles kann, nichts muss“

Ebenso wichtig wie diese Formen des Marketings ist die Außenwirkung des Studios: „Viele Kunden kommen aufgrund von Empfehlungen zu uns, ein großer Teil aber auch, weil er zufällig am Küchenstudio vorbeigefahren ist – und uns ansprechend fand. Wird dann eine neue Küche benötigt, kommt uns dies zugute“, erzählt Katja Hunnius vom KüchenTreff Münster. Sie weiß auch, worauf es dabei ankommt: „Die Marke muss auch nach außen transportiert werden. Dabei hilft uns die Zentrale, die uns mit den notwendigen Materialien versorgt und Tipps gibt, wie man sich am besten in der Region in Szene setzen kann.“

Natürlich gilt auch für die Außendarstellung das Motto von KüchenTreff: „Alles kann, nichts muss“. Jeder Händler entscheidet selbst, ob er unter dem starken Markendach von KüchenTreff agiert oder sich unter eigenem Namen präsentieren möchte. Doch wer sich für den Verband entscheidet, kann sicher sein, dass er Unterstützung erhält, wenn er sie braucht. Neben den skizzierten Mitteln sind es immer wieder Sonderaktionen, die sich für das Regionalmarketing nutzen lassen. Aktuell feiert KüchenTreff sein 25-jähriges Bestehen und hat zu diesem Anlass die Aktion „25 Küchen für den guten Zweck“ ins Leben gerufen. Organisationen, Vereine und Stiftungen, die sich in ihrer Region für die Arbeit mit Kindern und Jugendlichen einsetzen, können 25 Küchen gewinnen. Katja Hunnius nimmt mit ihrem Küchenstudio an der Aktion teil. „Eine super Aktion“, findet sie. „Das gibt die Möglichkeit, mit potenziellen Kunden ins Gespräch zu kommen, ist ein toller Anlass für lokale Pressearbeit, schärft Marke und Wahrnehmung. Und das Beste: Wir tun sogar noch Gutes dabei.“

Der Händler als regionaler Star

Links

- [KüchenTreff](#)
- [Artikel als PDF](#)