

KüchenTreff

Quer denken, Ideen geben

Sonntag, 01.05.2016

„Hören Sie auf, an Küchen zu denken!“. Diesem – durchaus ernst gemeinten – Rat von Daniela Ben Said werden dann wohl doch die wenigsten der versammelten Küchenfachhändler folgen. Und trotzdem werden die Vorträge der renommierten Kommunikationstrainerin in den Konferenzräumen des Münchner Sheraton ganz sicher allen nachhaltig präsent bleiben. „Neue Wege gehen“, „Kunden und Mitarbeitern Ideengeber sein“, und das mit Mut zum Querdenken und unorthodoxen Methoden, eben auch abseits des zentralen Themas „Küche“, waren die zentralen Elemente der mitreißenden Auftritte Ben Saims. KüchenTreff-Geschäftsführer Franz Bahlmann hatte mit seinen Vorschusslorbeeren für die Osnabrückerin nicht zu viel versprochen.

Übertreibungen sind beim mittelständischen Einkaufsverband auch gar kein Thema, sind doch die Fakten erfreulich genug: Sowohl die Spüle „Eligo“ – exklusiv für KüchenTreff Partner vom Hersteller Intra – wie auch das Komplettpaket „Edition20“ wurden 2015 erfolgreich auf den Markt gebracht. Bahlmann: „Der Trend ist Qualität statt Quantität!“. Zudem zählt KüchenTreff mittlerweile 378 Mitglieder, der Geschäftsführer begrüßte in seiner Eingangsrede 19 niederländische und 23 deutsche Neuzugänge.

Apropos Niederlande: „Unser innovatives Konzept, ‚Cars & Kitchen‘ ist ein toller Erfolg“, verriet Bahlmann im Gespräch mit küche & bad forum und kündigte an, weitere Standorte als gemeinsamer PoS für Autos und Küchen würden den beiden Erfolgspiloten folgen. Auch mit der Gesamtentwicklung im zurückliegenden Geschäftsjahr ist Bahlmann bei einem Umsatzwachstum von 13% – nach eigenen Angaben doppelt so hoch wie der Branchen-Schnitt – hochzufrieden. Das erste Quartal 2016 sei ebenso vielversprechend angelaufen, betonten viele Händler, und Bahlmann bestätigt: „Die Marktaussichten sind positiv. Wer sich darauf einstellt, dass sich der Wettbewerb mehr und mehr über Online- und Kommunikationsstrategien entscheidet, ist gut aufgestellt.“ So freut sich Bahlmann auch über die erfolgreiche Digital-Offensive von KüchenTreff: „Der Relaunch unserer Website ist von Händlern wie Endverbrauchern begeistert aufgenommen worden.“ Der neue Online-Planer verkürzt den Weg vom Internet ins Küchenstudio und verbindet Online mit den Vorteilen persönlicher Beratung.

Das Internet stand auch im Zentrum der Workshops am Samstagnachmittag: „Multichannel ist der Weg, den wir gehen müssen“, verdeutlichte etwa Referentin Andrea Grundmann (Knoche Telefonmarketing) zum Thema konsistentes 360-Grad-Marketing. Markus Frönd (IEQ-Systems) zeigte konkret auf, wie Tools wie Streetview Trusted, Online-Referenzen und Social Media zur wertvollen Schnittstelle zwischen Virtuell und Fläche werden. „Ohne Social Media geht gar nix“, stellte auch Ben Said klar. Sie präsentierte abschließend allerlei Best Practice, wie mit geringstem finanziellen Aufwand, dafür mit um so mehr Köpfchen und Kreativität Kunden gebunden und Future Shopper zu Shoppern werden.

Einer, der das Credo des emotionalen Customer Relationship Management längst verinnerlicht hat, ist Stefan Friedl aus dem oberbayerischen Geretsried. Friedl nämlich ist nicht nur KüchenTreff-Fachhändler und Inhaber eines Electronic Partner-Markts, sondern auch Kaffeeröster: Sein mobiler Kaffeestand war nicht nur auf der KüchenTreff-Jahresversammlung beliebter Treffpunkt im Foyer des Sheraton, sondern er

begeistert zu Hause Kunden seiner Fachgeschäfte und solche, die es werden könnten.

Emotional, festlich und fröhlich ging dann am Samstagabend auch der offizielle Teil der Jahreshauptversammlung zu Ende: Im Westin Grand München wurde bis in die frühen Morgenstunden gefeiert: ein schöner Ausstand für Regionalleiter Edwin Dietl, der von Bahlmann und zahlreichen Weggefährten in den Ruhestand verabschiedet wurde. Steffen Windschall

[zum Seitenanfang](#)