

# Mitgliederversammlung der Marketinggemeinschaft Küchenmeile A30 „Wir setzen auf September“

Mittwoch, 03.02.2021

*Küchenspezialisten, Architekten und Innenarchitekten aus dem In- und Ausland dürfen auch in diesem Jahr wieder mit neuesten Küchen- und Einrichtungstrends rechnen. Stand heute werden alle Mitglieder der Marketinggemeinschaft A30 Küchenmeile e.V. ihre Hausmessen vom 18. bis 24. September 2021 (Kernöffnungszeit) öffnen, so die Bilanz der Mitgliederversammlung.*

Die Unternehmen gehen davon aus, dass sich die der Pandemie geschuldeten Rahmenbedingungen bis September dieses Jahres deutlich verbessert haben dürften. Zudem garantieren sie die Einhaltung aller zu diesem Zeitpunkt gegebenen Sicherheits- und Hygienemaßnahmen, um die Sicherheit von Besuchern, Ausstellern und Mitarbeitern zu gewährleisten. Dass dies erfolgreich möglich ist, wurde bereits im vergangenen Jahr unter Beweis gestellt. 22 Unternehmen hatten ihre Pforten für ihre Kunden geöffnet und konnten ihren Gästen unter Einbindung individueller Hygienekonzepte einen ebenso sicheren wie informativen Exkurs durch die Ausstellung bieten. Für September 2021 erhoffen sich die 28 Mitgliedsunternehmen, dass das Messengeschehen sich wieder auf ein Normalmaß entwickelt.

Mit einem neuen Logo bekennen sich die Mitglieder der Marketinggemeinschaft zudem zum Standort Deutschland und unterstreichen den international gültigen Ansatz von „made in Germany“, der sich auch in Produktentwicklung und Produktion der Unternehmen widerspiegelt.

Um wirklich allen Interessenten im In- und Ausland die neuesten Trends präsentieren zu können, will die Marketinggemeinschaft A30 Küchenmeile e.V. zeitnah eine neue interaktive, mehrsprachige virtuelle Plattform lancieren, die neben Architektur- und Einrichtungstrends auch herstellersistenspezifische Showrooms beinhalten soll, angereichert mit topaktuellen Produkthighlights und Planungsideen. Geöffnet sind die kontinuierlich upgedateten Showrooms im Übrigen an 365 Tagen im Jahr.

Unabhängig davon ist das Credo der Unternehmen eindeutig: Auch wenn sich Vieles virtuell eindrucksvoll darstellen lässt, sind das Gespräch ebenso wie die haptische Erfahrung der Neuheiten nicht ersetzbar. Live-Veranstaltungen wie die Küchenmeile lassen die Kunden die Produkte persönlich erleben und bieten mit emotionaler Ansprache immer noch die beste Inspiration.

Einen kleinen Vorgeschmack verleiht Interessenten das gerade erschienene, viersprachige Trendbook der Küchenmeile, das die Fachbesucher [hier](#) bestellen können.

**„Wir setzen auf September“**

## Links

- [Küchenmeile A30](#)