

Gut gelaufen – küchentrends kam an

Was im Jahre 2004 mit lediglich drei Ausstellern in ganz kleinem Rahmen angefangen hatte, mausert sich mittlerweile zu einem anerkannten Event in Süddeutschland. Endgültig in München angekommen, ist die küchentrends auf einem guten Weg, sich als Fachmesse für Küchenexperten zu etablieren.

Einen Zuwachs „von über 200% sowohl bei den Ausstellern als auch bei den Besuchern“ vermeldet das Messeteam der Fachmesse küchentrends, die am 24. und 25. März im M,O,C, München stattfand. Trotz sehr widriger Wetterverhältnisse mit dichtem Schneetreiben in Süddeutschland fanden rund 800 Fachbesucher aus Deutschland, Österreich und der Schweiz nach München und wurden von über 60 Ausstellern und Marken über die neuesten Trends und Themen der Küchenbranche informiert. Wie man sehen konnte, wurde die Messe auch reichlich für Fachgespräche und aktives Netzwerken genutzt.

Große Vielfalt

Ein buntes Kaleidoskop unterschiedlichster Branchenvertreter (Möbel- und Küchenhandel, Küchen- und Geräteindustrie, Messmacher, Netzwerker, Personalberater, Architekten, Designer, Handwerker, Verbände etc.) trafen sich zur Fachmesse für Küchenfachspezialisten. Mit ein Anziehungspunkt waren aber nicht nur die Produktpräsentationen, sondern vier informative Podiumsdiskussionen, von denen die Redaktion selbst derer drei besucht hatte. Akteure waren u. a.: Yvonne Davy/DMK, Ben Bake/DER KREIS, Udo Horsmann/Miele, Frank Hüther/AMK, Klaus Jörissen/AEG-Electrolux, Bernd Pitz/XING-Coach und vier engagierte Küchenfachhändler

(Raimund Fischer/Fischer Lange, Herwig Danzer/die möbelmacher, Walter Mayr/Varia und Michel Philipps/Küchenstudio Philipps).

Interessante Podiumsdiskussionen

Neben aktuellen Informationen über die Business-Plattform XING – und warum sich professionelles Kontaktmanagement lohnt, Hinweisen zu gekonntem Reklamationsmanagement und hilfreichen Ratschlägen zum Thema „Energieeffizienz und Mehrumsatz mit energiesparenden Geräten“ wurde sehr heiß beim Thema „Einbaugeräteverkauf im Internet – Risiko oder Chance?“ diskutiert.

Internet als willkommene Herausforderung

Das Thema ist ebenso bekannt, wie es für Küchenspezialisten är-

gerlich ist: Denn vielfach werden Produkte im Internet teilweise unter Händler-Einkaufspreis angeboten. „Es ist wichtig, dass es hierzu Unterstützung von Seiten der Geräteindustrie gibt“, fordert z. B. Michel Philipps/Ladenburg. Dass dies geht, zeigt insbesondere das Beispiel von Miele durch deren Vertriebskonzept 2008: „Das Internet als Informationsplattform ist ja willkommen. Die Industrie muss Konzepte entwickeln, die den Verkauf von Hausgeräten für den Handel nach wie vor attraktiv halten. Derjenige Händler, der gute Präsentation und Beratung bietet, muss Vorteile haben“, stimmt Udo Horsmann, Leiter Marketing/Vertrieb Küchen- und Möbelfachhandel bei der Miele VG Deutschland, zu. Und Herwig Danzer/Kirchensittenbach gibt zu bedenken: „Auch der Händler muss mit dem Internet

Udo Horsmann, Klaus Jörissen, Yvonne Davy, N.N., Raimund Fischer (v.l.n.r.). (Fotos: Nilles)

professionell umgehen.“ Er rät zur Integration sogenannter Blogs, „z.B. zum Thema ‚Erlebniskochen‘, die mit anderen Seiten verlinkt sind“.

Fazit

So gab es auf der küchentrends, die in der Aufbauphase natürlich mit dreistelligen Zuwachsraten wuchern kann, nicht nur interessante Präsentationen, über die wir im kommenden Heft berichten, sondern auch regen Austausch – z. B. im Rahmen der oben erwähnten Podiumsdiskussionen. Bleibt noch nachzutragen, dass es für das kostenfreie Catering „Bestnoten von Besuchern und Ausstellern“ gab. **cn** ○



Ben Bake, N.N., Michael Wicht (ehemals Berbel) (v.l.n.r.)



Frank Hüther (l.) und Bernd Pitz.