

Küchentrends 2009 in München: Minimesse mit riesen Resonanz

Mit 60 Ausstellern und rund 1000 Besuchern baute die „Küchentrends 2009“ am vergangenen Dienstag und Mittwoch (24. bis 25.3.) ihre Bedeutung als regionale Zubehör- und Gerätemesse für den Großraum München aus. Initiator der Veranstaltung ist der Handelsvertreter Michael Rambach (Rational, Hammes Software). Überraschend ist der Erfolg der Regionalveranstaltung, die freilich ohne Beteiligung der Küchenmöbelindustrie stattfindet. So überraschend, dass auch Köln-Messe-Chef Gerald Böse und Focus Küche & Bad-Härscher Edmund Lütke-meier einen Blick in das Münchner Messezentrum M.O.C. warfen.

Was überzeugt die sonst so messemüde Industrie an der Regional-Veranstaltung teilzunehmen? Rainer Luig, Geschäftsführer vom Hausgeräte-Vertrieb O + F A-Line aus dem sauerländischen Menden: „Die Veranstaltung ist für uns als Hersteller erschwinglich, wir erreichen an zwei Tagen ein Maximum an Händlern hier im süddeutschen Raum.“ Besondere Resonanz fand auch die Abendöffnung bis 21:30 Uhr am ersten Messetag. Zahlreiche Händler und vor allem Verkäufer nutzten die Chance zum Messebesuch nach Feierabend. Unerwartet hohes Interesse fanden auch die Podiumsdiskussionen zu den Themen Internetvermarktung, Reklamation, Energieeffizienz und Xing.

Die Küchentrends profitiert ohne Zweifel von der zersplitterten Messelandschaft in Deutschland. Ohne internationale Leitmesse für Küchenmöbel, Geräte und Zubehör bekommen Regionalveranstaltungen ungeahnte Bedeutung. Dabei träumen einige Hersteller schon von einer süddeutschen „Focus Küche & Bad“. „Ostwestfalen ist für viele Händler aus Süddeutschland, Österreich und der Schweiz einfach zu weit weg, da braucht es dringend einen zweiten Messestandort im Süden,“ rechtferti-

gen vor allem die Spülenhersteller ihre Anwesenheit in München. Neben Blanco, Franke, Systemceram, Reginox und Villeroy & Boch waren die Anbieter von Dunsthauben wie Gutmann, Best, Elica, Kruse Design und O + F in München präsent. Aber auch Miele wagte den Schritt nach Süden. Dazu Udo Horsmann, bei Miele verantwortlich für den Küchen- und Möbelhandel: „Wir sind hier, weil wir nah bei unseren Handelspartnern sein wollen.“ Miele präsentierte in München gleichzeitig sein Shop-in-Shop-System für den Vollsortiments-Möbelhandel. „Möbel Rieger hat den ersten Shop auf der Großfläche umgesetzt und beweist, dass auch das Vollsortimentshaus Hausgeräte hochwertig vermarkten kann,“ so Horsmann weiter. Ebenfalls in München dabei die Hausgerätemarke Küppersbusch, sowie Oranier und Amica. Gut besucht natürlich auch die Stände der Zubehörgrößhändler r.Küchentechnik und Naber.

Michael Rambach holte sich vor drei Jahren die Branchenorganisation CDH, dessen Vize-Präsident er ist, mit ins Boot. Unterstützt wird er von Projektleiterin Ulrike Rebek und Stefan Kuchenbauer als Markenverantwortlichem. Die Küchentrends bekam ihren Namen erst 2008, als sie mit 26 Ausstellern an den Start ging. Über die Initialzündung darf im übrigen gestritten werden. Während einige die früheren „Impi-Tage“ – Impi steht für die einstige Hausgerätemarke Imperial – als Ursprung sehen, beansprucht Rambach naturgemäß den „Infotag für Küchenspezialisten“ von seinem Brötchengeber Hammes Software als Geburtshelfer. Doch sei's drum, in München wurde gemunkelt, dass sich die Zahl der Aussteller im kommenden Jahr nochmals verdoppeln soll. Dann wird die Veranstaltung nicht mehr nur für Küchenspezialisten und Schreiner interessant sein. ■



Premiere für die FB Vertriebsgesellschaft: Vertriebschef Joachim Wagner (rechts) mit Lieferant Roman Grädel (Exportleiter V-Zug)



Ben Bake, Vertriebsleiter Der Kreis, mit Branchenberaterin Ursula Schock



Hochzufrieden: Best-Vertriebsleiter Jens Carli (links) und sein neuer Außendienstler Hans-Peter Ludwig



Die Küchentrends-Macher Michael Rambach und Ulrike Rebek