



PRESSEINFORMATION

DIE KÜCHENTREFF-FAMILIE TRIFFT SICH AUF DER AREA30 BESUCHERFREQUENZ GEGENÜBER VORJAHR DEUTLICH ERHÖHT

„Die area30 ist immer wieder ein Jahreshighlight und in diesem Jahr waren wir alle besonders begeistert.“ Daniel Borgstedt, der gemeinsam mit Marko Steinmeier die Geschäftsführung von KüchenTreff innehat, zieht eine rundum positive Bilanz zum Messeauftritt. „Eine Besonderheit unseres Verbands ist, dass wir wie eine Familie sind, eine starke Gemeinschaft, bei der die Menschen im Mittelpunkt stehen.“ Die area30 ist für KüchenTreff deswegen weit mehr als eine Messe. Sie ist vielmehr ein jährliches Familientreffen, bei dem das Motto „Zuhause bei KüchenTreff“ gelebt wird.

Mehr Gäste am Stand als im Vorjahr

In diesem Jahr war KüchenTreff traditionell mit einem Stand auf der Messe in Ostwestfalen vertreten – und die Entwicklung zeigt, dass „Zuhause bei KüchenTreff“ wirklich gelebt wird. Die Stimmung war trotz der vielen Herausforderungen zuversichtlich. Zudem konnte KüchenTreff deutliche Zuwächse im Vergleich zum Vorjahr erzielen: Insgesamt kamen gegenüber 2021 rund 30 Prozent mehr Mitglieder an den Stand. „Wir hatten schon im Vorfeld eine starke Nachfrage nach unseren Leistungen verzeichnet“, so Marko Steinmeier. „Diese akquisestarken Monate setzten sich auf der Messe fort.“ Neben Mitgliedern und solchen, die es werden möchten, war der Stand im Messezelt in Löhne Anlaufstelle für Dienstleister, Hersteller – und natürlich für die Ländergesellschaften Benelux, Österreich und Schweiz. Und auch viele Geschäftspartner und Freunde des Verbands kamen auf einen Kaffee vorbei – unter anderem, um mit dem Gründervater Franz Bahlmann ein paar Worte über die alten Zeiten zu wechseln.



PRESSEINFORMATION

Messethemen treffen den Nerv der Zeit

Bei KüchenTreff ist man, trotz der Schwierigkeiten, denen sich die Branche derzeit gegenüber sieht, guter Dinge: „Ja, es kommen Herausforderungen auf die Branche zu“, räumt Marko Steinmeier ein. „Doch wir sind eine große, wachsende Familie, freuen uns über jedes neue Mitglied und blicken mit Zuversicht in die Zukunft. Zumal wir den Studios genau dort Unterstützung zukommen lassen, wo sie sie benötigen.“ Der Schwerpunkt des Messeauftritts 2022 lag dementsprechend auch auf Themen, die die Studios durch eine Zeit begleiten, in der sich Küchen nicht ganz so leicht verkaufen, wie es während der letzten zwei bis drei Jahre der Fall war – und in der sich dem Handel viele Fragen stellen: Was bringt die Zukunft? Wie können wir auf eventuelle Kaufzurückhaltung reagieren? Wie können wir aktuellen Herausforderungen bei der Akquise von Personal und auf dem Weg zu größerer Nachhaltigkeit begegnen? Auf diese Fragen präsentierte KüchenTreff konkrete Antworten: Zur Unterstützung des Verkaufs standen die Leadgenerierung und das regionale Online-Marketing im Fokus. Dem allgegenwärtigen Thema des Fachkräftemangels begegnet KüchenTreff mit verschiedenen Recruiting-Maßnahmen für die Studios. Und um den Küchenverkauf nachhaltiger zu gestalten und Energiespar-Potenziale zu nutzen, hat man mit Christoph Brandes nun einen ZGV-zertifizierten Klimaprofi an Bord. Das Angebot, einen Beratungstermin mit Christoph Brandes zu vereinbaren, wurde von vielen Händlern genutzt.

Gemeinsam stark in die Zukunft

Die diesjährigen Themen und Lösungsansätze stießen auf großes Interesse bei den Mitgliedern, wie eine interne Umfrage am Messestand ergab. So war die Leadgenerierung, die KüchenTreff bereits seit 2017 anbietet, von besonders großem Interesse. Das Thema Nachhaltigkeit folgte dichtauf, ebenso wie das regionale Online-Marketing.

Für das Recruiting hat KüchenTreff unter dem Titel „Mensch gesucht“ eine Anzeigenkampagne entwickelt, die mit echten Gesichtern aus den Küchenstudios



PRESSEINFORMATION

für Nachwuchs wirbt. „Unsere Aufgabe ist es, die Küchenstudios stark für die Zukunft zu machen. Das bedeutet, dass wir die Themen der Zeit analysieren und Antworten auf die Fragen finden müssen, die sich daraus ergeben“, so Daniel Borgstedt. „Die Rückmeldungen unserer Gäste am Stand, die Zahlen und natürlich auch das Gefühl, mit dem wir alle nach der Messe wieder nach Hause gefahren sind, bestätigen uns darin, dass wir hier genau richtig liegen.“

Auch im nächsten Jahr heißt es wieder: auf nach Löhne

KüchenTreff ist weit mehr als eine Einkaufsgemeinschaft – das hat dieser Messeauftritt wieder einmal gezeigt. Der Zusammenhalt unter den Mitgliedern ist insbesondere in herausfordernden Zeiten wichtig – und wird unter anderem durch Veranstaltungen wie die area30, die zum festen Anlaufpunkt für die angeschlossenen Küchenstudios geworden ist, gestärkt. So wird KüchenTreff auch im nächsten Jahr wieder dabei sein. „Unsere Mitglieder und wir genießen den persönlichen Kontakt. Und wir freuen uns über jedes ‚Familientreffen‘, das ansteht“, sagt Marko Steinmeier. „Nach dem nächsten #KüchenTreffdesJahres im Juni 2023 werden wir also auch wieder die area30 als Treffpunkt nutzen.“



PRESSEINFORMATION

KüchenTreff:

KüchenTreff ist eine Verbundgruppe des Küchenhandels, die 1995 mitgegründet wurde. 2020 feierte KüchenTreff das Jubiläum seines 25-jährigen Bestehens. Mit aktuell über 500 Standorten in Europa und einem gemeinsam mit den Partnerverbänden erwirtschafteten Umsatz von 1,2 Mrd. EUR ist KüchenTreff die größte Einkaufsgemeinschaft in Deutschland. Die KüchenTreff-Mitglieder sind inhabergeführte Familienbetriebe. Unter dem Motto „Zuhause bei KüchenTreff“ werden in familiärer Atmosphäre Traumküchen geplant. KüchenTreff hat einen klaren Qualitätsanspruch: „Wir sind erst zufrieden, wenn unsere Kundinnen und Kunden so begeistert sind, dass sie uns weiterempfehlen“. Die Serviceleistungen des genossenschaftlich organisierten Verbands sind in der Verbandslandschaft einzigartig und unterstützen die Küchenstudios von der Gründung bis zur Nachfolgeregelung. Zu den Leistungen von KüchenTreff zählen beispielsweise Einkauf, Zentralregulierung, betriebswirtschaftliche Beratung, zentrale Pflege aller Lieferantenkataloge, Geschäftsausstattung, eine eigene Grafik-Abteilung, ein eigenes Online-Marketing-Team, ein ZGV-zertifizierter Klimaprofi sowie Ladenbau-, Shop- und Existenzgründerkonzepte. Der Verband stellt ebenfalls den Kontakt zu spezialisierten Dienstleistern wie Steuerberatern oder Werbeagenturen her und bietet eine starke Vertriebsmarke, die die Küchenstudios nutzen können, wenn sie möchten.

Über den Kernmarkt Deutschland hinaus ist die Verbundgruppe seit 2013 mit einer eigenen Tochtergesellschaft in den Niederlanden und seit 2019 in Österreich und der Schweiz aktiv. Darüber hinaus zählt der Verband Händlerinnen und Händler in Belgien, Luxemburg, Rumänien und Polen zu seinen Mitgliedern. Damit ist KüchenTreff einer der erfolgreichsten Verbände für den mittelständischen Küchen-Fachhandel. Der Name ist heute mit dem Kernslogan „Willkommen zuhause. Willkommen bei KüchenTreff“ vielen Konsumierenden bekannt und hat sich zu einer begehrten Vertriebsmarke für Küchen entwickelt.



PRESSEINFORMATION

Weitere Informationen / Pressekontakt:

Für weitere Fragen, Informationen oder Bilddaten stehen Ihnen die
Verbandszentrale von KüchenTreff oder unsere Presseagentur zur Verfügung:

Anna-Lena Lehmkuhl

KüchenTreff Einkauf & Marketinggesellschaft für Küche & Wohnen GmbH & Co. KG

Harpstedter Str. 60, 27793 Wildeshausen

Telefon: 04431 737926 | Fax 04431 73792920

E-Mail: a.lehmkuhl@kuechentreff.de

Susanne Jung

GOOS COMMUNICATION GmbH & Co. KG

Geibelstraße 46a, 22303 Hamburg

Telefon: 040 284178745

E-Mail: kuechentreff@goos-communication.com



PRESSEINFORMATION

Fotonachweis



KuechenTreff_area30_2022_Team



KuechenTreff_area30_2022_
Daniel_Borgstedt_Marko_Steinmeier



KuechenTreff_area30_2022_Messestand

Copyright der Bilder: KüchenTreff