



PRESSEINFORMATION

KÜCHENTREFF: AREA30 WIRD ZUM FAMILIENTREFFPUNKT POSITIVES FEEDBACK AUF DIE NEUEN VERBANDSANGEBOTE

Für KüchenTreff ging in der letzten Woche eine erfolgreiche Messe zu Ende. Unter dem Motto „#erfolgreichmitKüchenTreff“ trafen sich rund 20 Prozent mehr Mitglieder als im Vorjahr, aus Deutschland und dem europäischen Ausland, um sich auf der area30 auszutauschen und über die neuen Angebote des Verbands zu informieren.

Dabei hat sich seit dem letzten Besuch auf der beliebten Messe in Löhne einiges geändert: „Im letzten Jahr war der Küchenhandel mit anderen Herausforderungen beschäftigt als heute“, sagt Daniel Borgstedt, der gemeinsam mit Marko Steinmeier die Geschäftsführung von KüchenTreff bildet. „Die Küchenstudios mussten ein enormes Auftragsvolumen bewältigen. Aus diesem Grund standen 2022 Themen wie Recruiting im Fokus.“ Dieser Schwerpunkt hat sich deutlich verschoben: Wegen der herausfordernden Marktlage, mit der sich die gesamte Branche 2023 auseinandersetzen muss, geht es heute darum, Kundinnen und Kunden in die Küchenstudios zu bekommen und Aufträge zu generieren.

Digitalisierung als roter Faden

Darauf hat KüchenTreff frühzeitig reagiert und neue Angebote vorgestellt, die entlang des roten Fadens „Digitalisierung“ unmittelbar Lösungen für die neue Situation bieten. „Bei KüchenTreff steht der Service-Gedanke im Vordergrund“, so Marko Steinmeier. „Ohne unsere Mitglieder gäbe es den Verband nicht. Deshalb sehen wir unsere Aufgabe darin, sie immer dort zu unterstützen, wo es aktuell notwendig ist – und dabei schnell und flexibel zu reagieren.“ In diesem Sinne stellte der Verband mehrere Pakete vor, die die Händlerinnen und Händler bei der Kundengewinnung unterstützen: Mit der Werbeflatrate 2.0 können die Küchenstudios ihre lokale Bekanntheit nun nicht nur über Printmaterialien und -



PRESSEINFORMATION

publikationen erhöhen, sondern diese entweder mit Online-Marketing-Maßnahmen kombinieren oder eine von beiden Varianten wählen. Eben ganz so, wie es für das jeweilige Studio individuell am besten passt. So können die Kücheninteressenten ganz gezielt dort abgeholt werden, wo sie sich befinden.

Begeisterung über das neue Marketingportal

Die größte Neuheit war das Marketingportal, das auf der area30 vorgestellt wurde. Mit wenigen Klicks kann der Küchenhandel mit diesem Tool Großflächenplakate, Onlinebanner-Werbung oder Fahrzeugbeschriftung buchen – lokal, kostentransparent und komplett individuell. Diese radikale Vereinfachung stieß bei den Besucherinnen und Besuchern auf Begeisterung. „Großflächenplakate so einfach und unkompliziert zu buchen, ist sensationell“, sagte Christian Schneider von KüchenTreff Homberg und sein Kollege Özdem Eküt von KüchenTreff Planwerk pflichtete ihm bei: „Das vereinfacht vieles und wird uns helfen, durch die derzeitige Marktlage zu kommen.“

Trotz der angespannten Marktlage freuten sich die Mitglieder „Zuhause bei KüchenTreff“ zu sein und blickten grundsätzlich mit Optimismus in die Zukunft. „Wir haben eine positive Grundstimmung wahrgenommen“, sagt Daniel Borgstedt. „Viele Mitglieder sind schon lange in der Branche und wissen, dass ein Auf und Ab durchaus vorkommen kann. Dass wir bis zum nächsten Aufschwung alles geben, um unsere Mitglieder zu unterstützen, kam sehr gut an – zumal die Tools und Werkzeuge, die wir dafür entwickelt haben, durch die Bank als zielführend betrachtet wurden.“

Ein gepflanzter Baum für jede Online-Bewertung

Alle Besuchenden, die am Stand waren, wollten dementsprechend das neue Marketingportal nutzen. Auch die Werbeflatrate 2.0 wurde begeistert aufgenommen. Und noch ein Angebot fand enormen Anklang: Mit der Aktion



PRESSEINFORMATION

PLANT-MY-TREE wird für jede Online-Kundenbewertung ein Baum gepflanzt. Das nützt der Natur – aber auch den Küchenstudios und der Kundschaft. „Die Kunden können ihren Küchenkauf damit verknüpfen, etwas Gutes für die Umwelt zu tun“, so Marko Steinmeier. Dass diese Aktion auch den Küchenstudios zugutekommt, stellte Christel Thiemann von KüchenTreff Bramsche heraus: „Wir müssen manchmal viel reden, um Kunden davon zu überzeugen, Online-Bewertungen vorzunehmen. Das ist schließlich Extra-Arbeit für sie. Mit der Aktion setzen wir uns für die Umwelt ein und haben ein gutes Argument dafür, die Kunden zur Bewertungsabgabe zu bewegen.“

KüchenTreff Familie: mit Solidarität in die Zukunft

„Wir konnten alle Themen präsentieren, die wir im Laufe des Jahres entwickelt haben, und wir haben dazu hundertprozentigen Zuspruch bekommen“, so Daniel Borgstedt. „Das ist für uns sehr wichtig – aber ebenso wichtig ist es, dass wir als Verband so bleiben, wie wir sind: eine große Familie. Und auch dieses spezielle KüchenTreff-Feeling war in diesem Jahr wieder deutlich zu spüren.“ Über sechs Tage war der KüchenTreff-Stand auf dem Messegelände erster Anlaufpunkt für die Mitglieder. Viele Menschen wurden willkommen geheißen. Es wurde geklönt, sich über aktuelle Themen ausgetauscht – und es wurden die neuen Angebote des Verbands getestet. „Ein Höhepunkt des Jahres ist die area30 für die Branche sowieso“, lautet das Fazit von Daniel Borgstedt und Marko Steinmeier. „Doch wenn man sieht, welche Kollegialität und Zuversicht bei uns herrschen, dann zeigt das uns immer wieder, dass wir auf dem richtigen Weg sind.“



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 1,3 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:

Sonja Pruthoff

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

Harpstedter Str. 60, 27793 Wildeshausen

Telefon: 04431 737925 | Fax 04431 73792920

E-Mail: s.Pruthoff@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_Messestand_1



KuechenTreff_area30_Messestand_2



KuechenTreff_area30_Teamfoto_1



PRESSEINFORMATION



KuechenTreff_area30_Teamfoto_2

Copyright der Bilder: KüchenTreff