



INSIDE Küche Live-Talk

Nach dem Boom ist vor dem ... wirklich?

Lieber Antworten suchen als tiefdepressiv die Apokalypse ausrufen, trotz der aktuell wirtschaftlich angespannten Lage – darum ging es auf dem ersten INSIDE Küche Live-Talk, der am Messesonntagabend auf der Area30 stattfand. Die Outsider Eva Ernst und Simon Feldmer hatten dazu eine bunte Runde von Branchenplayern auf die Bühne geholt: Markus Schüller, Michael Wunram, Wilhelmine Goetz, Irene Gotas, Yvonne Zahn, Daniel Hörnes und Willi Bruckbauer. Das Fazit der meisten angesichts der Krise: Ärmel hochkrempeln, weiter vorangehen, investieren.

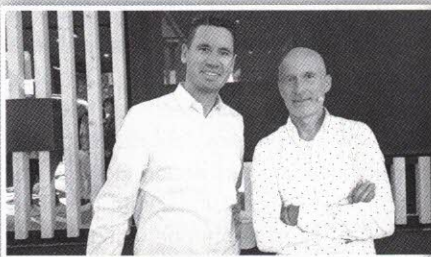
Fast eine Stunde lang ging es im Area30-Zelt zur Sache. Gut 100 Leute haben zugehört und zugeschaut, als es um die Frage ging: Wie es geht es mit der in den letzten Jahren erfolgsvorwöhnten deutschen Küchenbranche weiter? Ein Patentrezept zur Lösung der aktuellen Probleme hatte niemand, klar. Einzelne Lösungsansätze wurden dennoch sichtbar.

Für Schüller-Chef **Markus Schüller** ist es offenbar eine Frage des guten Wirtschaftens. Er stellte heraus, dass es in vergangenen zwei Jahre doch auch einen „enorm guten Zuspruch“ gab, von dem die Branche immer noch zehrt. Wichtig ist es für ihn, „die qualifizierten Mitarbeiter“ auch in Zukunft zu halten, das sei auch „eine Verpflichtung“. **Quooker-Deutschland-Boss Daniel Hörnes** setzt voll auf das Thema Nachhaltigkeit. Aber ob das reicht? Dass die Endkunden jetzt gerade im Zubehör sparen, sieht auch er als Herausforderung. Aber dafür, „nicht zur ersten Streichposition zu gehören“, hat Quooker in den letzten Jahren aus seiner Sicht viel getan. „Die Produktkategorie hat sich etabliert“, sagte er. „Darauf bauen wir auf.“ Seinen „sehr stringenten Werbeplan“ will er weiter durchziehen.

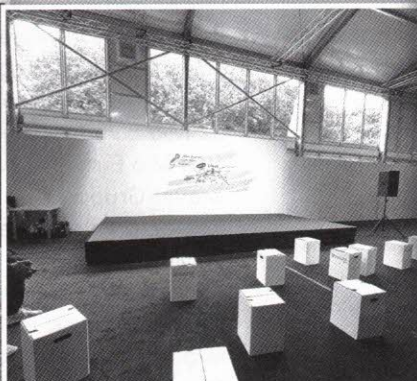
Küchenhändlerin **Yvonne Zahn** plant, stärker in die Themen Pre- und After-Sales zu gehen, „mehr Einkaufserlebnis zu bieten“ und „definitiv mehr zu investieren“, trotz „Green Monday“. Ähnlich denkt auch **Irene Gotas** von der Werbeagentur **Flotho**. Sie sprach über das Nachhaltigkeitsprojekt **Grünergriff** und

über „Deutschland kocht“, ein Werkzeug für Händler, um „regional Reichweite aufzubauen“, vor allem in den kommenden eher frequenzschwachen Zeiten. Mit „Mehrwerten und emotionalen Storys den Endkunden in den Fachhandel holen“ und „Marketing effektiver einsetzen“ hält sie für eine wichtige Strategie aktuell.

Aber die Branche hat auch einige Hürden zu nehmen: **Wilhelmine Goetz** von **Küchenheld** gab bei aller Euphorie für Online-Maßnahmen zu bedenken, dass es die Küche als kein klassischer E-Commerce-Artikel in den Wintermonaten eher schwer hat, sich auf Social-Media-Plattformen sichtbar zu machen. **Eggersmann-Geschäftsführer Michael Wunram** schiebt zwar noch einen „relativ großen Auftragsbestand“ vor sich her. Trotzdem wurden die Baupläne für eine Kapazitätserweiterung wegen der volatilen Situation erstmal verschoben. „Cash is king“, sagte Wunram und glaubt, dass sich der „Verkäufermarkt zu einem Käufermarkt“ verändert. Anders **Willi Bruckbauer**, er geht bei seinem Bauvorhaben weiter voran. „Alles läuft nach Plan bis jetzt“, sagte er. „Wir sind in der Timeline.“ Insgesamt sieht er für das Marktsegment, in dem er sich mit **Bora** bewegt, noch viel Potenzial. „Die Marktdurchdringung für den Kochfeldabzug ist bislang noch minimal, deshalb bin ich sehr optimistisch.“ Vor allem im Export sieht er seine Chance. „Risikominimierung durch Internationalisierung“ – so seine die Devise. ■



Heißwasser meets Downdraft:
Daniel Hörnes, Willi Bruckbauer



Vor dem Talk: Eine Bühne für INSIDE



Oranier hört mit: Derya
Turgay-Herz, Sebastian Lege



Doping vorm Talk: Yvonne
Zahn und Irene Gotas



Gut besucht: INSIDE-Talk auf der Area30



Was kommt nach dem Boom?
Outsiderin, Michael Wunram,
Markus Schüller



Die letzten Notizen:
Outsiderin



Ton und Technik:
Vogelsängers in Aktion