

electroplus küchenplus fördert die Next Gen im Fachhandel

Im Netzwerk von electroplus küchenplus ist der Nachwuchs motiviert, gut vernetzt und bereit, Verantwortung zu übernehmen. Beim Next-Gen-Kick-Off nach dem KIQ-Event tauschten sich junge Unternehmerinnen und Unternehmer über ihre Rolle im Handel der Zukunft aus.

Die Teilnehmenden bringen unterschiedliche Erfahrungen mit – einige führen bereits eigenständig, andere arbeiten im Familienunternehmen oder stehen vor dem Einstieg. Modriert von **Meike Ullrich**, Senior Concept Managerin, bietet das Format eine Plattform für Austausch, gemeinsames Lernen und Wachstum.

Meike Ullrich ist wichtig, dass die jungen Unternehmerinnen und Unternehmer nicht nur einen Platz am Tisch, sondern eine eigene Bühne bekommen: »Unser Ziel ist es, eine Plattform zu schaffen, auf der die Next Gen sich austauschen, voneinander lernen und gemeinsam wachsen kann. Wer Zukunft gestalten will, muss heute vernetzt denken.«

Ein Highlight war die Präsentation aktueller Digitaltrends vom OMR-Festival, die für den Elektro- und Küchenfachhandel übersetzt wurden. Themen wie KI, datengetriebenes Marketing und neue Kunden-Touchpoints zeigen: Online-Sichtbarkeit stärkt auch das stationäre Geschäft.

electroplus küchenplus setzt damit auf echte Teilhabe und fördert gezielt junge Unternehmer, um die Zukunft des Fachhandels zu sichern.



Motiviert, vernetzt und bereit

für die Zukunft: Die Next Gen von electroplus küchenplus beim Kick-Off in Köln. In der Bildmitte Meike Ullrich.



IFA Besuch 2024

Das Team von electroplus küchenplus vor dem Berliner Messegelände

Impulse zur IFA 2025

Rundum-Erlebnis für electroplus küchenplus Fachhändler

electroplus küchenplus ist auf der IFA mit einem inspirierenden Auftritt vertreten. Präsentiert wird ein aktualisiertes Konzept mit modernisiertem Store-Design, klarer Kundenansprache und strategischem Fokus auf den stationären Fachhandel als erste Adresse für Beratung, Service und Einkaufserlebnis.



Martin Wolf

Auch im Segment Elektrokleingeräte gibt es Neuheiten: Ritterwerk präsentiert die Marken Beezer und Dittert – eine neue Fachhandelsmarke mit funktionalem Design und hochwertiger Produktqualität. Fachhändler können auf der Messe sogar über neue Farbvarianten abstimmen. Im Küchenmöbelbereich überzeugen langjährige Partnerschaften mit Häcker und Nobilia – beide stehen für Qualität, Planungssicherheit und verlässliche Prozesse.

Erlebnis trifft Austausch

electroplus küchenplus schafft auf der IFA Raum für Begegnung: Besucher werden mit Barista-Kaffeespezialitäten von Jura und individuell gemixten Cocktails begrüßt – ein einladender Rahmen für Austausch, Inspiration und Networking.

Mit geführten Missetouren, exklusiven Events, Shuttle-Services und Hotelkontingenten wird der Messebesuch zum Rundum-Erlebnis für bestehende und interessierte Partner. »Händler, die noch überlegen, ob sie sich unseren Konzepten anschließen sollen, sind spätestens dann vom Spirit unserer Gemeinschaft begeistert«, so Martin Wolf. »Die Vergangenheit hat gezeigt: Nach dem gemeinsamen Walk über die IFA ist der Schritt zur Vertragsunterzeichnung meist nur ein kurzer.«

Das weiterentwickelte 360-Grad-Marketingpaket kombiniert klassische Werbung mit datenbasiertem Performance Marketing und professionellem Social Media Management. »Gerade die Verknüpfung unserer Konzepte ist ein klarer Wettbewerbsvorteil für unsere Partner«, betont **Martin Wolf**, General Manager bei EK Retail. Ziel ist es, Frequenz am Point of Sale zu steigern und Fachhändler vor Ort sichtbar zu machen.

Exklusive Produktwelten für Küche und Elektro

Im Großgerätebereich setzt electroplus küchenplus auf starke Partner wie AEG, Bosch, Miele, Liebherr und Siemens. Ein Highlight ist die neue Exklusivgeräte-Range, die erstmals auf der IFA vorgestellt wird – mit echtem Differenzierungspotenzial im Wettbewerb.

IFA Innovation Für Alle

EK Retail
Halle 4.1 / 114