

■ KÜCHEN*handel*

Fachmagazin für Küchenmöbel, Hausgeräte, Zubehör · Ausgabe 1 · Februar 2022 · 7039



■ Outdoor-Küchen als Umsatzbringer

■ Braten und Kochen auf Profiniveau

Ein Blickfang: die neue Videowall im electroplus Markenstore bei der EK/servicegroup in Bielefeld



Die Übergänge von der Küche zum Wohnen sind fließend: Herzstück des neuen Ladenbau-Kompetenzzentrums der EK/servicegroup in Bielefeld sind die Markenstores für electroplus und küchenplus

electroplus & küchenplus:

„Wir schaffen Wohlfühlräume“

Die beiden Markenstore-Konzepte der Bielefelder EK/servicegroup, electroplus und küchenplus, haben sich zu einem Erfolgsformat entwickelt. Für das Jahr 2021 vermeldet electroplus ein Umsatzplus von 8 Prozent, bei küchenplus schnellte der Umsatz gar um 13,1 Prozent in die Höhe. Und das Jahr 2022 begann mit gleich drei Neueröffnungen auf einen Schlag. Seit Martin Wolf die Leitung für Vertrieb und Marketing bei Elektro, Küche und Licht im Geschäftsfeld EK Home übernommen hat, hat sich die Schlagzahl der Ostwestfalen deutlich erhöht.

Rücken gekehrt und sich mit seinen drei Geschäften für das electroplus-Konzept der EK/servicegroup entschieden. Denn: „Die Gruppe ist eine leistungsstarke Gemeinschaft, bei der der inhabergeführte Fachhandel im Vordergrund steht und unterstützt wird.“ Martin Wolf kann damit die Zugänge 60, 61 und 62 in der mit viel frischem Wind seit gut zwei Jahren stetig wachsenden electroplus-Familie vermelden: „Drei Neueröffnungen an einem Tag, das hatten wir so auch noch nicht.“

Der äußerste Nordosten von Nordrhein-Westfalen ist „Fründ-Land“, zumindest in Sachen Haushaltstechnik. Mit Standorten in Bad Oeynhausen, Löhne und Minden-Lübbecke ist Thomas Fründ hier eine echte Größe. Ob er weiter expandieren will, lässt Fründ offen. Qualitativ wachsen will er aber auf jeden Fall. Der Unternehmer hat Euronics den

Auf das Markenstore-Konzept electroplus setzen bundesweit mittlerweile 62 Systempartner, für küchenplus haben sich 38 Unternehmer (davon 20 mit electroplus unter einem Dach) entschieden. Im vergangenen Jahr kamen zwei neue Handelspartner bei küchenplus und sieben Handelspartner bei electroplus hinzu. Für das laufende Jahr 2022 sind



*Unten Elektro, oben Küche:
Plaggenborg in Friesoythe
zeigt auf 600 Quadratmetern
und zwei Etagen u. a. zehn
Musterküchen*

die Kompetenz im Premium-Sortiment nach außen. Persönlich, regional und kompetent handelt das Bahlinger-Team seit eh und je. Mit dem neuen Konzept-Slogan „Für mich. Vor Ort. Vom Fach.“ tragen die Pirmasenser diese Haltung jetzt auch offensiv nach außen.

bereits Verträge für 18 weitere Eröffnungen unterschrieben, die meisten in der Kombination aus Küche und Elektro.

Zukunftstaugliches Gesamtpaket

Einer, der zum Ende des vergangenen Jahres hinzukam, ist Marc Bahlinger, Elektro- und Küchenprofi aus Pirmasens. Er flaggte das Traditionshaus Bahlinger eK Haustechnik zum Markenstore electroplus küchenplus Bahlinger um. In Sachen Haustechnik und Küchen kann man dem 42-Jährigen nichts vormachen. Aber der erfahrene Unternehmer weiß, dass neben Qualitätsprodukten, Beratung und Servicebereitschaft auch der stationäre und digitale Auftritt entscheidend zur Bildung einer Händlermarke beitragen. „Die Bedürfnisse der oft gut informierten Kunden haben sich verändert, klassische Stärken des Fachhandels werden längst vorausgesetzt. Heute geht es auch in unserer Branche um Themen wie Nachhaltigkeit, Design, technische Feinessen und Erlebniskauf – und das auf allen Kanälen. Deshalb haben wir uns für das zukunftstaugliche Gesamtpaket von electroplus küchenplus entschieden.“

Beim Prozess der Neuausrichtung konnte Bahlinger mit der vollen Unterstützung aus Bielefeld rechnen. Gemeinsam mit den Experten der EK bauten die Pfälzer das Geschäft komplett um. Neue Ladenbau-Elemente sorgen für eine klare Orientierung. So sind die Großgeräte nach den Themen Spülen, Backen & Kochen sowie Waschen & Trocknen gegliedert. Auf 350 Quadratmetern stehen Markengeräte von AEG, Liebherr, Jura, Samsung oder Grundig, der neue Miele-Shop trägt

„Für mich. Vor Ort. Vom Fach.“

Die gelungene Verschmelzung der Bereiche Küche und Hausgeräte ist für Marc Bahlinger einer der größten neuen Errungenschaften: „Wir waren schon immer in beiden Bereichen gut, aber jetzt bilden sie eine echte Einheit.“ küchenplus-Konzeptmanager Christian Claes ergänzt: „küchenplus und electroplus in Kombination ist die perfekte Symbiose für Handelspartner in den Warenssegmenten Elektro mit Standgeräten und Ersatzbedarf sowie Küche.“ Die Marketinglinien beider Store-Konzepte sind online wie offline aufeinander abgestimmt, erreichen somit in der Kundenansprache einen hohen Wiedererkennungswert und eine starke Aufmerksamkeit.



*Auf 400 Quadratmetern setzt
electroplus küchenplus Neuhoff
(Dortmund) u. a. 13 Küchen
in Szene*

*Stationär wie online gut
aufgestellt zu sein, das ist
für electroplus küchenplus
Bahlinger die Voraussetzung
für gute Geschäfte: Im neu
gestalteten Küchenbereich
werden jetzt auch
Einbauküchen gezeigt.*

„Wir konzentrieren uns auf das leistungsstarke, anspruchsvolle Tagesgeschäft. Für unsere Sichtbarkeit und die Digitalisierung nutzen wir küchenplus“, Anke Bürger (electroplus küchenplus Neuhoff, Dortmund)



„Der intensive Austausch mit unseren Händlern ist Teil unserer DNA“, küchenplus-Konzeptmanager Christian Claes (l.) und Martin Wolf (Leitung Vertrieb & Marketing Elektro, Küche und Licht im Geschäftsfeld EK Home)

„Wir schaffen Wohlfühlräume. Nicht nur für die Küche, sondern im ganzen Haus“, Martin Wolf (Leitung Vertrieb & Marketing Elektro, Küche und Licht im Geschäftsfeld EK Home)



Die Handelspartner profitieren nicht nur vom Marketing, sondern auch vom übergreifenden Warenportfolio (Küche, Arbeitsplatte, Spüle, Zubehör, Elektro) und können somit vom Gerätetausch über die Modernisierung bis hin zur hochwertigen, individuell geplanten Küche, aber auch den Räumen darüber hinaus dem Kunden ein breites Leistungsspektrum anbieten. Martin Wolf: „Wir schaffen Wohlfühlräume. Nicht nur für die Küche, sondern im ganzen Haus.“

Wie das geht, zeigt electroplus küchenplus Neuhoff in Dortmund. Auf 400 Quadratmetern werden nicht nur 13 Küchen, sondern auch ein Ankleidezimmer, zwei Garderoben, ein Wirtschaftsraum und ein komplettes Single-Appartement in Szene gesetzt. „Wir zeigen alle Lösungen, die heute möglich sind“, erklärt Anke Bürger, die seit 2011 als Prokuristin und Mitglied der Geschäftsleitung für Neuhoff tätig ist und zudem das Küchenstudio leitet. Ganz pragmatisch sagt sie: „Wir konzentrieren uns auf das leistungsstarke, anspruchsvolle Tagesgeschäft. Für unsere Sichtbarkeit und die Digitalisierung nutzen wir küchenplus.“

Individualität des Unternehmers im Mittelpunkt

küchenplus hat sich als das Fachgeschäftskonzept für Küchenspezialisten und Elektro-Fachhändler mit angeschlossenem Küchenstudio etabliert, die sich an ihrem Standort und online professionell aufstellen wollen. Bei küchenplus profitiert der Fachhändler von vielfältigen individuellen Leistungen, die ihm dabei helfen, sein Sortiment, seine Serviceleistungen und seine besonderen Stärken bestmöglich zu vermarkten. Konzept-Manager Christian Claes: „Um für unsere küchenplus Fachhändler einen eigenständigen Marktauftritt sicherzustellen, haben wir ein Marketingkonzept



„Bei küchenplus sind alle Leistungen genau auf meine Bedürfnisse hier vor Ort zugeschnitten“, Horst-Werner Dick (küchenplus, Bad Kreuznach)

entwickelt, das die Individualität des Unternehmers in den Mittelpunkt rückt, ihn mit seinem Namen, seiner Fachkompetenz und seiner lokalen Nähe als regionale Marke stärkt.“ Das geht als Einstieg schon mit 150 Quadratmetern Verkaufsfläche und drei ausgestellten Küchen (klassisch, Design, Landhaus).

Doch selbst eine überwiegend regional angelegte Zielgruppe erwartet eine informative wie attraktive digitale Positionierung. Der zentral aus Bielefeld gesteuerte Content auf der jeweiligen electroplus/küchenplus-Website und die Unterstützung auch in technischen Fragen machen es den Händlern leicht, über alle gängigen digitalen Kommunikationskanäle auf die Kunden zuzugehen. Zudem kümmern sich die Ostwestfalen für ihre Konzeptpartner um personalisierte Werbemaßnahmen inklusive Aussteuerung über Social Media und Google, um Slider für Home- und Landingpages, Facebook-Einträge und Google My Business-Auftritte. Dank des individualisierten 360 Grad-Marketing-Ansatzes bewahren die Händler ihre Individualität. „Der Händler ist draußen vor Ort der Platzhirsch“, so Martin Wolf.

Händler ist vor Ort der Platzhirsch

Die Rolle des Platzhirsches bringt Markenstore-Betreiber Horst-Werner Dick (Bad Kreuz-



„Alles, was ich brauche, erledigen für mich die Experten der EK“, Matthias Plaggenborg (electroplus küchenplus Plaggenborg, Friesoythe)

nach) auf den Punkt: „Bei küchenplus sind alle Leistungen genau auf meine Bedürfnisse hier vor Ort zugeschnitten. Ich als Händler stehe im Mittelpunkt und werde als regionale Marke gestärkt.“ Dick schwört bereits seit 2013 auf electroplus und küchenplus, stellt auf 440 Quadratmetern sieben Küchen aus. Der 61-Jährige hat die DNA und die Werte der EK/servicegroup wohl so verinnerlicht wie kaum ein Zweiter: „Alles ist bis zu Ende gedacht und komplett durchgängig. Wir Händler brauchen niemanden, der für uns Preise verhandelt. Wir benötigen jemanden, der für uns Strategien, Verkaufskonzepte und Attraktivität am POS entwickelt und durchführt. Jemanden, der uns unterstützt in jeglicher Art der Präsentation in den sozialen Medien und der uns ein funktionelles, attraktives Internet-Shop-Konzept bereitstellt.“

Für Matthias Plaggenborg (electroplus küchenplus Plaggenborg in Friesoythe) sind die Leistungen der EK/servicegroup ein „Rundum-Sorglos Paket“: Das Konzept macht nicht nur den Kunden die Orientierung leichter, sondern auch das Händler-Leben mit einem 600 Quadratmeter großem Fachmarkt, der auf zwei Etagen zehn Musterküchen zeigt: „Im Grunde ist es ganz einfach. Alles, was ich

brauche, erledigen für mich die Experten der EK. Und alles ist wirklich auch zu Ende gedacht.“ Das Einzige, was ihn nach dem Erstkontakt 2019 und dem Wechsel zur EK zum 1. Januar 2020 wirklich ärgert: „Ich hätte diesen Schritt schon viel früher machen sollen!“ Matthias M. Machan ■

Die Lieferanten

Bei der EK/servicegroup sind alle namhaften Lieferanten gelistet.

- **Küchenmöbel:** u. a. Nobilia, Häcker, Nolte, Ballerina, Baumann Group, Sachsenküchen, Leicht, Artego, Schüller.
- **Arbeitsplatten:** u. a. Lechner, Strasser, Hollweg, Roskopf & Partner
- **Spülen & Armaturen:** u. a. Blanco, Franke, Naber (auch Zubehör), Systemceram, Schock, V&B
- **Elektrogeräte:** u. a. Miele, die Marken der BSH, Liebherr, Berbel, AEG (Electrolux), Smeg, Samsung, Bauknecht

Im Bereich der Beschaffung besteht die Kooperation mit Garant fort. Vertrieb und Marketing werden aber weiterhin eigenständig vom jeweiligen Verband umgesetzt.



Hier kochen die Sterkeköche Michael Dyllong, Pierre Beckerling und Sous-Chef Kevin Wolmerath.

Kreativität braucht Platz
berbel Downline Infinity

DUNSTABZUG
NEU GEDACHT

ICONS AWARDS 2022
INNOVATIVE INTERIOR
best of best

Dunstabzüge in Perfektion. Made in Germany.

Die neue berbel Downline Infinity mit extra großem Kochfeld, intuitiver Bedienung und einem Dunstabzug, der Maßstäbe setzt. Viel Platz für alles, was gut werden soll.

living excellence

berbel