



KüchenTreff-
Geschäftsführer
Franz Bahlmann
sieht seinen
Einkaufsverband als
große Familie.

Größtmöglicher Spielraum

KüchenTreff-Händler sind sich sicher: „Typen machen Marke“

Neue Programme

Der Küchenkauf ist komplex, deswegen ist der Anteil des Onlinehandels in der Branche nicht ganz so signifikant wie in anderen Bereichen. Noch nicht. Wenn der stationäre Handel sich dagegen behaupten will, muss er sich auf seine Stärken besinnen. Begeistern, beraten, besonders sein! Ein Online-Verkauf kann gute Preise bieten, aber in Ruhe zuhören, beraten, begeistern und Küchenträume erfüllen, können nur Menschen – Typen halt. Doch wie sieht das in der Praxis aus? „Typen machen Marke“ lautet die Antwort von KüchenTreff.

Starkes Markenimage

Das starke Markenimage des vor 24 Jahren gegründeten und mittlerweile 380 Standorte zählenden Einkaufsverbandes ist besonders wichtig. Dabei kann jedes Mitglied die Marke so

nutzen, wie er es für richtig hält. „Wir sehen uns als große Familie – und wie in jeder Familie ist es wichtig, dass man sich gegenseitig Freiheiten lässt“, sagt Franz Bahlmann, Geschäftsführer des Küchenverbands. „Unseren Mitgliedern steht frei, wie sie ihre Studios gestalten. Doch die Kunden wissen immer, dass KüchenTreff eine Marke ist, bei der der Kunde im Mittelpunkt steht und bei der er sich darauf verlassen kann, faire Preise für hohe Qualität zu bezahlen.“

Seine Mitglieder unterstützt die Zentrale in allen Phasen der Geschäftstätigkeit: Schon ganz am Anfang, bei Standortsuche, Marktanalyse und Finanzierung, hilft KüchenTreff. Später bietet die Verbundgruppe die Möglichkeit der Werbeplanung und Prospekterstellung sowie die Nutzung einer Online-Marketing-Flatrate.

Gelebter Service

Von diesem Service durften auch die neuen Mitglieder und Inhaber des jüngst eröffneten KüchenTreff Paderborn, Alexander Friesen und Waldemar Strauch, profitieren. Service wird wiederum auch bei den beiden im Küchenstudio groß geschrieben: „Unsere Monteure sind absolute Profis“, so Friesen, „bei uns treffen die Wünsche der Kunden auf den entsprechenden Service. Wir arbeiten transparent und sind erst zufrieden, wenn unsere Kunden es auch sind.“

Dies sind nur einige der Werte, für die KüchenTreff Paderborn steht – ebenso wie der Einkaufsverband KüchenTreff. Seine Werte hat der Verband in das aktuelle Schulungsprogramm integriert. Die Schulungsangebote im KüchenTreff Campus sind auf unterschiedliche Zielgruppen zugeschnitten – haben aber alle das gleiche Ziel: Den Mitgliedern zu helfen, sich auf steigende Ansprüche und Erwartungen der Kunden vorzubereiten.



„Typen machen Marke“ – dieses Motto will auch das Team vom neu eröffneten KüchenTreff Paderborn umsetzen. Fotos: KüchenTreff