

Presseinformation

Küche&Co Franchisetag 2018: Digitalisierung für den Menschen

Hamburg, 22. November 2018 – Rund 170 Gäste aus Deutschland und Österreich waren vom 16. bis 18. November zum alljährigen Franchisetag von Küche&Co in die Hansestadt Hamburg gekommen. Seit Jahren legt Küche&Co seinen Partnern nahe, sich mit dem Thema Digitalisierung auseinander zu setzen. Unter dem Motto „Digitalisierung für den Menschen“ präsentierte Küche&Co nun ganz konkret in einer Podiumsdiskussion und zahlreichen Vorträgen, wie digitale Helfer dem „Küchenverkäufer von Morgen“ das tägliche Geschäft erleichtern können. Die Zentrale stellte zudem zahlreiche neue Tools und aktuelle Entwicklungen vor.

„Den individuellen Mehrwert erkennen und sich digitale Tools zu Nutze machen, Verkaufserlebnisse schaffen und den Küchenkauf mit Emotionen verbinden, darauf kommt es zukünftig an und daran werden wir als Küche&Co Familie zusammen arbeiten.“ Mit diesen Worten eröffnete Niels Jacobsen, gemeinsam mit André Pape Geschäftsführer bei Küche&Co, den ersten Vortrag des diesjährigen Franchisetags im Hotel Le Méridien an der Alster. Ziel war es, „die Digitalisierung“ im Rahmen der Küchenbranche zu konkretisieren, die aktuellen Tools im Detail zu durchleuchten und die Vorzüge für den Küchenverkäufer aufzuzeigen.

Während der hochkarätig besetzten Podiumsdiskussion waren die Vorteile und Fallstricke der Digitalisierung im Küchenhandel allgegenwärtig. Aus dem angeregten Austausch der Fachleute aus Industrie, IT, Lehre und Verkauf konnten die Teilnehmer zahlreiche persönliche Erkenntnisse für ihr Tagesgeschäft mitnehmen.

Der Küchenverkäufer von morgen

Zu diesem Thema kam die fachkompetente Besetzung der Podiumsdiskussion zusammen und trug positiv zu der Erschließung des Themas bei. Der allgemeine Konsens: Es gilt, den Küchenverkauf mit digitalen Werkzeugen zu unterstützen, wobei der Küchenverkäufer in Zukunft nicht durch die Digitalisierung verdrängt oder gar ersetzt werden wird. Vielmehr geht es darum, dem Fachberater mit digitalen Tools Aufgaben abzunehmen oder zu erleichtern, damit mehr Zeit für den eigentlichen Verkauf bleibt. Außerdem sollten die Tools dafür sorgen, dass der Küchenkauf im Studio zu einem emotionalen Erlebnis wird. „Die Beratung im Küchenstudio muss Entertainment und der Küchenkauf ein Erlebnis sein, das man nicht online zu Hause haben kann – und hier ist der Küchenberater nach wie vor Dreh- und Angelpunkt im Verkaufsprozess“, sagte Michael Breitbach, Mitglied der Geschäftsleitung und Prokurist der SHD Kreative Planungs-Systeme GmbH. Laut Carsten Beyreuther, Vorstandsmitglied des Instituts für kybernetisches Verkaufstraining, wird der Kunde aufgrund der Einzug nehmenden Digitalisierung künftig überall auf gleiche Voraussetzungen treffen – daher werden diejenigen umso erfolgreicher, die auch die „alte Schule“ – d.h. die klassischen Kompetenzen des persönlichen Verkaufs – beherrschen. Unter anderem wurde auch das Thema „Smart Home“ diskutiert: „Für viele Kunden ist die Digitalisierung und die Vernetzung

„smarter Haushaltsgeräte“ Neuland. Daher müssen wir als Fachleute unsere Kunden an die Hand nehmen und vernetzte Küchen verständlich machen. Denn ein Küchenkauf ist eine Investition in die Zukunft und die Zukunft ist digital“, so Antonio Terrada, nationaler Vertriebsleiter der BSH Home Appliance Group. Als größte digitale Innovationen, die in den letzten Jahren im Küchensegment Einzug gehalten haben, nannte Bernd Schulte, Vertriebsleiter bei Nobilia, die Virtual Reality Brille, die digitale Präsentation von Küchen mittels Küchenkonfigurator sowie moderne Planungssysteme und die Systemintegration zwischen Verkäufern sowie Lieferanten (EDI). Auch das Thema „Finden von Nachwuchskräften“ wurde diskutiert. Diese sollte man zwar künftig auch auf Portalen wie Xing, LinkedIn oder Monster ansprechen, die klassische Anzeige wird aber nach wie vor sehr gut angenommen. Das ergab eine Umfrage, die Dieter Müller, Direktor der Fachschule des Möbelhandels, unter seinen Studierenden durchführte. Während der Podiumssituation hatten die Tagungsgäste die Möglichkeit, per Smartphone Fragen zu stellen, die in den Diskussionsverlauf eingebunden wurden.

Nach der Podiumsdiskussion stellte die Hamburger Küche&Co Zentrale auch einige konkrete neue Tools und Programme vor. Diese nutzen die Digitalisierung nicht nur in Bezug auf die Kunden und die Customer Journey. Auch in der Administration, bei Bestellvorgängen oder bei der Küchenabnahme erleichtern diese digitalen Features die Arbeit der Franchisepartner. „Wer Prozesse im Back Office verkürzt, indem er die von Küche&Co zur Verfügung gestellten digitalen Helferlein nutzt, der kann sich intensiver mit dem Wesentlichen befassen: nämlich unseren Kunden die bestmögliche Beratung beim Küchenkauf anzubieten“, so André Pape.

Otto Group als Treiber der digitalen Transformation stärkt auch Küche&Co

Als Unternehmen der Otto Group bringt Küche&Co ein exzellentes Know-how im digitalen Handel mit und stellt dieses seinen Partnern zur Verfügung. Dazu nutzt Küche&Co sämtliche Möglichkeiten des Onlinemarketings. Eines von vielen ergänzenden Features der neu aufgesetzten Website ist zum Beispiel das „Ideenbuch“. Hier können User ihre angesehenen und entsprechend markierten Küchen sowie Magazinbeiträge nach Login speichern. Außerdem gibt es neue Möglichkeiten der Online-Konfiguration von Musterküchen: Fronten und Arbeitsplatten lassen sich in unterschiedlichen Farben und Materialien anzeigen, sodass der Kunde eine ganzheitliche Vorstellung seiner potentiellen Küche abrufen kann. Reichweitenstarke Kooperationen ergänzen auch in Zukunft den Marketingmix.

Zum Schluss der Veranstaltung bekräftigt Pape noch einmal: „Die Digitalisierung hat keinen Selbstzweck. Sie hat nur dann eine Daseinsberechtigung, wenn sie den Menschen einen Mehrwert bietet. Also lasst uns zusammen den Mehrwert entdecken und weiterhin die Synergien von exzellenter Onlinepräsenz und Stationärgeschäft vorantreiben.“

„Oscar-Verleihung“ für die Franchisepartner

Wie jedes Jahr wurden auch am vergangenen Samstagabend in ausgelassener Atmosphäre die heiß begehrten Küche&Co Oscars unter anderem in den Kategorien „Bester

Hauptdarsteller“ und „Bestes Bühnenbild“ alias „Erfolgreichster Franchisepartner“ und „Das schönste Küche&Co Studio“ im Altonaer Kaispeicher mit Elbblick und unter tosendem Applaus verliehen.

Über Küche&Co

Die Küche&Co GmbH wurde 1989 gegründet und ist seit 1995 ein Unternehmen der Otto Group, Hamburg. Mit der Anzahl an bundesweit vertretenen Küchenstudios ist Küche&Co bereits heute das größte Franchisesystem für den Einbauküchenfachhandel in Deutschland. 2013 wurde die Küche&Co Austria GmbH gegründet und ist seitdem auf Wachstumskurs. Hochqualifizierte Beratung in den Küchenstudios oder zuhause, die Websites mit Inspirationen aus dem Küchenblog, aus dem Online-Katalog sowie mit dem Online-Küchenkonfigurator, der Kataloge und eine eigene Service-Hotline fügen sich in die Multichannel-Strategie von Küche&Co ein. Das Sortiment umfasst qualitativ hochwertige und individuell gefertigte Markenküchen „Made in Germany“. Elektrogeräte und Zubehör runden das Angebot von Küche&Co ab.

www.kueche-co.de

www.kuecheco.at

www.facebook.com/kuecheundco

www.instagram.com/kuecheundco

www.pinterest.com/kuecheundco

www.twitter.com/kuecheundco

Pressekontakt Küche&Co

Ziegfeld Enterprise // Friedensallee 38, 22765 Hamburg

Christina Russell, Tel.: (040) 3868-7465, christina.russell@ziegfeld-enterprise.de

Carolin Selle, Tel.: (040) 3868-7464, carolin.selle@ziegfeld-enterprise.de