

küche+ architektur

Das Magazin für professionelles Einrichten

**Previews IFA 2018
und Hausmessen 2018**



**Leicht – Standard war gestern · Nie war Wohnen individueller
Service heißt, das ganze Geschäft mit den Augen des Kunden zu sehen · Blanco
Wandel durch Handeln · Freiheit durch Verbund als Versprechen**

Wandel durch Handeln

Freiheit durch Verbund als Versprechen

IM INTERVIEW: Oliver Strelow, Geschäftsführer
Vertrieb und Marketing bei Der Kreis Deutschland



Fünf Jahre ist Oliver Strelow bereits in leitenden Funktionen für die Leonberger Verbundgruppe Der Kreis tätig. „Hätte mich Herr Schaible nicht auf mein Fünfjähriges angesprochen, ich hätte es nicht bemerkt, wie schnell die Zeit ins Land gegangen ist.“ Seit 2016 ist der dynamische Vertriebs- und Marketingprofi Geschäftsführer von Der Kreis und zeichnet für den deutschen Markt verantwortlich. „Das Fundament, auf das wir weiter aufbauen können, ist stark“, weiß Oliver Strelow zu schätzen. „Jetzt liegt es an uns, dieses nicht nur zu sichern, sondern es im Sinne unserer Mitglieder zeitgemäß, ja zum Teil auch visionär auszubauen.“



Wir treffen uns mit dem sympathischen Manager in der Verbandszentrale. Unser Gesprächsort ein Besprechungszimmer im Parterre. „Wir sind gerade dabei, die gesamte Verbandszentrale zu modernisieren und zeitgemäß umzubauen“, erläutert uns unser Gastgeber. „Wir müssen uns für die kommenden Generationen attraktiv gestalten.“ Mercedes Benz, Porsche, Kärcher, Wolff und Müller, zig Banken, Versicherungen usw. sie alle sind in und um Stuttgart ansässig. Und sie alle brauchen kompetentes Personal. „Gerade als mittelständisches Unternehmen stehen wir bei dem Werben um die Gunst neuer und vor allem auch junger Mitarbeiter im Wettbewerb. Es geht uns hier kaum anders als unseren Mitgliedshäusern und Industriepartnern.“

Ihre Mitgliedshäuser, die den Einzelhandel repräsentieren, dürften es hier sogar noch etwas schwieriger haben, oder?

Oliver Strelow: Nun ja, das Lohnniveau im Küchenhandel hat sich hier im Laufe der Jahre deutlich gebessert. Was den gesamten Einzelhandel anbelangt, so sind es oft die Arbeitszeiten, die junge Menschen abschrecken. Ich glaube jedoch, dass diese sich künftig etwas flexibler gestalten werden. Was die Produkte anbelangt, so zeigen sich diese interessanter und vielfältiger denn je. D. h., sowohl die Aufgabe des Verkäufers als auch der Monteure ist komplexer und anspruchsvoller und dadurch aber auch attraktiver geworden. Wir können unseren Mitgliedern nur empfehlen auszubilden. Bereits seit geraumer Zeit hat sich der Fachkräftemangel auch in unserer Branche breitgemacht. In unserer verbundgruppeneigenen Akademie bieten wir bereits wichtige Bildungsangebote für Küchenspezialisten an: Vom Verkaufstraining über Ladenbau und Dekoration sowie Preisverhandlungen bis hin zum Umgang mit Internetpreisen. Dabei spielt der Praxisbezug eine wesentliche Rolle.

Darüber hinaus haben wir unser von Herrn Schaible initiiertes und jahrelang umgesetztes Führungs- und Personalmanagement-Training komplett überarbeitet. Es heißt jetzt „Der Kreis Betriebsmanagement Seminar“, mit komplett neuen und modernen Inhalten. Die Weiterbildung, die innerhalb unserer Verbundgruppe gewerkeübergreifend angeboten wird, und die die Grundlagen in Theorie, Praxis und Methodik zum Betreiben und Führen eines Fachgeschäfts beinhaltet, wird jetzt IHK-zertifiziert. Unsere Aufgabe als Verbundgruppe ist es, auch auf diese Belange einzugehen und unseren Partnern im Handel mit Konzepten und neutralen Schulungen mit Rat und Tat zur Seite zu stehen.

Welche Konzepte meinen Sie im Besonderen?

Oliver Strelow: Die Zeiten, in denen eine Verbundgruppe ausschließlich aufgrund ihrer guten Einkaufskonditionen bei ihren Mitgliedern punkten konnte, sind lange vorbei. Heute gilt es viel mehr, den Fachhandel in allen Belangen zu stärken, die über seine eigentliche Tätigkeit des Beratens, Planens, Verkaufs und Montierens hinausgehen. Unsere vorrangige Aufgabe ist es, unser Mitgliedshäuser in ihrer Position als regionale Platzhirsche zu stärken und auszubauen. Über Dienstleistungen wie Betriebs- oder Wettbewerbsanalyse oder Ladenbaukonzepte müssen wir ebenfalls nicht mehr reden. Diesen Service rufen unsere Mitglieder bereits seit Jahren bei uns ab. Anders verhält es sich allerdings mit dem im Vergleich noch jungen Thema der Digitalisierung.

Was konkret verstehen Sie unter dem Thema Digitalisierung beim Fachhandel?

Oliver Strelow: Wie Sie wissen, ist die Struktur unserer Mitglieder heterogen. Je nach Größe und Positionierung sind die Anforderungen sehr unterschiedlich. Die meisten Unternehmen sind EDV-technisch gut ausgestattet. Die Auftragsabwicklung, grafische Darstellung, Fakturierung und Zentralregulierung, alles erfolgt bereits auf digitaler Ebene. Größere Unternehmen verfügen über ein eigenes Warenwirtschaftssystem, bei dessen Auswahl und Einrichtung wir ebenso unterstützend tätig sein können. Bedarf jedoch erkennen wir im Rahmen der digitalen Darstellung der Unternehmen. Die eigene Website, der Bereich Social Media, wie Facebook, Pinterest usw. werden jedoch meist noch sehr stiefmütterlich behandelt, da sie für das Alltagsgeschäft zuerst einmal keine unmittelbare Rolle spielen. Aus diesem Grund haben wir aktuell auch gerade wieder das Template überarbeitet, mit dem wir die Websites unserer Mitgliedshäuser realisieren. Mit der Erstellung einer Homepage ist es nicht getan. Das Internet stellt uns permanent vor neue Herausforderungen und bietet gleichzeitig aber auch immer wieder neue Möglichkeiten, die wir natürlich auch unseren Mitgliedern kontinuierlich zu Teil werden lassen möchten. Das Template ist also stets auf dem neuesten Stand. Und, will ein Küchenstudio Leistungen, die über diesen bereits sehr guten Standard hinausgehen, bekommt es diese gegen ein adäquates Entgelt natürlich auch. Aber wie gesagt, wie bei all unseren Dienstleistungen gilt: „Jeder kann, aber keiner muss!“

Aufgrund der hohen Nutzerzahl haben wir jedoch erkannt, dass wir hier gefordert sind: Denn wer im Internet keine Präsenz zeigt, wird auf lange Sicht gesehen für den Endverbraucher einfach nicht mehr existieren.



Wieso glauben Sie das, immerhin leben die meisten Ihrer Mitgliedshäuser überwiegend von der Referenz ihrer zufriedenen Kunden?

Oliver Strelow: Das ist durchaus richtig. Aber die Menschen werden immer mobiler, ziehen häufiger um. In einer fremden Stadt tun sie sich mit Mund-zu-Mund-Propaganda eher schwerer. Das Internet ist dann die meist genutzte Möglichkeit, einen Dienstleister oder Anbieter in der Nähe zu finden und sich einen ersten Eindruck von ihm zu machen. Oder denken Sie nur an die Existenzgründer. Immerhin gibt es diese im Küchenfachhandel noch. Rund ein Drittel unserer jährlichen Neuzugänge gehören dieser Kategorie an: Ohne professionelle Internet-Präsenz sind diese sofort zum Scheitern verurteilt.

Ok, eine Website zu unterhalten ist eine Sache, aber wie wissen Ihre Mitglieder, ob sie sich im Internet richtig präsentieren?

Oliver Strelow: Wir haben gemeinsam mit unserem Marketing-KREIS, in dem verschiedene unserer Mitgliedshäuser mitarbeiten, einen Online-Basis-Check erarbeitet, der als Orientierungsbasis dient. Interessenten können bei uns eine Überprüfung ihres Online-Auftritts im Auftrag geben. Die Ergebnisse unserer Analyse stellen wir unserem

„DIE ZEITEN, in denen eine Verbundgruppe ausschließlich aufgrund ihrer guten Einkaufskonditionen bei ihren Mitgliedern punkten konnte, sind lange vorbei. Heute gilt es viel mehr, den Fachhandel in allen Belangen zu stärken, die über seine eigentliche Tätigkeit des Beratens, Planens, Verkaufs und Montierens hinausgehen.“

Mitglied dann zur Verfügung. Selbstverständlich unterstützen wir den Küchenspezialisten auch dabei, die eventuell kritischen Punkte entsprechend zu optimieren. Zudem versuchen wir unseren Mitgliedern auch durch unser Online-Konzept www.kuechenspezialisten.de Kunden direkt oder indirekt zuzuführen. Rund 250 unserer Mitgliedshäuser beteiligen sich bereits an dieser digitalen Endkunden-Informations- und Vermittlungs-Plattform, die den Konsumenten kompetent und emotional zugleich abholt. Der Claim „Herz drauf“ überzeugt auch die Verbraucher. Das bestätigen uns die Mitglieder, die sich an diesem Online-Konzept beteiligen. Einige von ihnen verzichten sogar ganz auf eine eigene Website und setzen alleine auf ihre kuechenspezialisten.de-Microsite. Sie haben festgestellt, dass sie über diese Microsite im Internet noch besser gefunden werden als sie es mit ihrer eigenen Homepage, verbunden mit deutlich höheren Investitionen, erreichen können.

Außerdem nimmt der Werbepartner zusätzlich an dem Konzept „Deutschland baut um“ teil und spricht somit weitere Zielgruppen an, die über unterschiedliche Wege auf seiner Microsite landen.

Herr Strelow, Sie haben uns gerade plakativ verdeutlicht, welche Vorteile einem einzelnen Küchenspezialisten durch den Zusammenschluss mit anderen Fachgeschäften seiner Art zu Teil werden können. Auch das Entstehen einer Verbundgruppe steht im Zeichen zunehmender Konzentration. Wie stehen Sie als Repräsentant einer der führenden Einkaufsgruppierungen im allgemeinen zu dem fortschreitenden Konzentrationsprozess?

Oliver Strelow: Der Konzentrationsprozess wird sich fortsetzen. Industrie-Unternehmen, die diesem erfolgreich Paroli geboten haben und bieten, zeichnen sich durch einen hohen Automationsgrad aus. Technologien, die früher beispielsweise überwiegend der Automobilindustrie zugeschrieben wurden, sind heute auch bei der Küchenmöbelindustrie gang und gebe. Dabei steht auch die Industrie dem Thema der Digitalisierung sehr aufgeschlossen gegenüber. Mit modernsten Maschinen und modernsten prozessübergreifenden EDV-Systemen arbeitet man daran, auch als men- genorientierter Hersteller kleinere Losgrößen herstellen zu können. Ich denke, bis zu einem gewissen Grad wird dies auch möglich sein. Allerdings wird es auch immer noch kleinere Hersteller geben, deren Individualisierungs- und Differenzierungsgrad aufgrund einer noch höheren Flexibilität doch größer sein wird. Die Prozessoptimierung muss bei allen Unternehmen gleichermaßen stattfinden. Die Ware muss in optimalem Zustand geliefert werden, da sich heute niemand mehr Außenstände leisten kann.

Und welchen Einfluss hat der Konzentrationsprozess auf das Miteinander zwischen Industrie und Handelskooperationen?

Oliver Strelow: Als Repräsentant einer Verbundgruppe beobachte ich die Konzentration auf Herstellerseite sehr genau. Letztendlich möchten wir das gleiche wie unsere Partner in der Industrie. Unser Ziel ist es, den Fachhandel mit Produkten und Dienstleitungen zu stärken, die ihn in die Lage versetzen, seine Kunden optimal zu beraten und damit zufriedenzustellen. Alleine die Komplexität der Küche bedingt ein harmonisches Miteinander. Das ist schon etwas anderes als Sandwiches bei Subway zu verkaufen. Letztendlich repräsentiert Der Kreis über 3000 kompetente und unabhängige Fachgeschäfte, die sich ihre Industriepartner, auch wenn wir beratend zur Seite stehen, selbst aussuchen. Und die deutliche Mehrheit der Fachgeschäfte, die sich unserer Verbundgruppe angeschlossen haben, arbeitet mit zwischen

zwei und drei unterschiedlichen, sich ergänzenden Küchenmöbelherstellern zusammen. Diese Tatsache alleine erschwert bereits eine Vertikalvermarktung durch die Industrie.

Die Konzentration hat natürlich auch auf Seiten der Verbundgruppe Einzug gehalten.

Oliver Strelow: Natürlich. So arbeitet der BUK beispielsweise eng mit Der Kreis zusammen. Letztendlich sind auch gewerkeübergreifende Kooperationen, wie unsere Zusammenarbeit mit Mein Bad, Varia, den Creativen Partnern oder dem Schreiner/Tischler-Netzwerk TopaTeam, Teil des kräftebündelnden Konzentrationsprozesses. Ich verspreche mir davon auch viele Synergien für einige unserer Projekte wie „Deutschland baut um“. Man könnte sich jedoch auch unabhängig davon vorstellen, dass ein Küchenfachgeschäft und eine Schreinerei aus der gleichen Region ein Objekt zusammen durchführen. Gerade wenn es darum geht, architektonisch zusammenwachsende Räume wie Küche, Ess- und Wohnzimmer auszustatten, bietet sich eine solche Kooperation an. Zumal ein Großteil unserer Mitglieder schon seit vielen Jahren mit Hilfe regionaler Partner-Handwerksbetriebe gewerkeübergreifend arbeitet, und für die Koordination der Arbeiten verantwortlich zeichnet. Eine Arbeitsweise, die ich im Übrigen für sehr zukunftsorientiert halte.



Fotos: Der Kreis

D. h. Mitgliedshäuser, die ihre planerische Leistung so ausbauen möchten, dass sie raumübergreifende Einrichtungslösungen anbieten können, werden von Der Kreis auch in puncto Ladenbau unterstützt?

Oliver Strelow: Viele unserer Mitglieder bieten zusätzlich zur Küchenplanung und Ausstattung bereits die Koordination und Abwicklung unterschiedlicher Gewerke mit an. Ess- und Wohnzimmer-Einrichtungen gehören ebenso dazu wie die Gestaltung von Decke, Boden, Wand, Licht. Der Endkunde bekommt hier einen Service, wie er von der Großfläche nicht angeboten werden kann. Wir glauben, dass dieser Trend zunehmen wird.

Natürlich greifen wir diese Tendenzen auch bei der Studiogestaltung auf, richten uns dabei jedoch voll und ganz nach den Belangen unseres Mitglieds.

Sucht ein Mitgliedshaus unsere Unterstützung beim Ladenbau, arbeiten wir hier mit freien Innenarchitekten zusammen, die die ganzheitliche Planung gemeinsam mit dem Studiobetreiber, angepasst an Raum und Region erstellen. Wenn Sie so wollen, ist diese Art der Beratung absolut herstellerunabhängig, neutral und vor allem ganzheitlich aus einer Hand.

Sie sprechen gerade den Faktor Neutralität an. Wie handhaben Sie das Thema verbandseigener Marken?

Oliver Strelow: Kaum ein Verbraucher weiß heute noch, welcher Hersteller seine Küche produziert hat. Im Gegensatz zu den Geräten spielt der „Markenname“ bei Möbeln außer bei den bekannten Marken-Herstellern hier keine wesentliche Rolle mehr. Vielmehr ist der Küchenspezialist die vertrauensbildende Marke. Strategische Marken sind keine Endverbrauchermarken. Sie bieten jedoch nach wie vor unseren Mitgliedshäusern eine Möglichkeit, sich zu differenzieren. Voraussetzung dafür sind jedoch Features oder besondere Produktmerkmale, die über einen für den Endverbraucher nachvollziehbaren Mehrwert verfügen. Noch besser sind natürlich Produktvarianten, die exklusiv Der Kreis vorbehalten sind. Damit können wir unseren Mitgliedern dann wirklich Differenzierungspotenzial an die Hand geben. Vorstellen werden wir unser weiter entwickeltes Eigenmarkenkonzept auf der internationalen Messe und dem Kongress 2019 in Stuttgart.

Die internationale Messe und der Kongress 2019 (10. bis 12. Mai 2019 in Stuttgart) stehen im Zeichen des 40-jährigen Bestehens der Verbundgruppe. Werden sich dort auch die Auslandsgesellschaften von Der Kreis präsentieren?

Oliver Strelow: Aber natürlich! Von der Küche, über das Bad, den Innenausbau, Ladenbau sowie Fensterbau bis hin zum Schreinerhandwerk werden alle unsere Mitgliedshäuser und Industrie-Partner gemeinsam auf nationaler und internationaler Ebene eine inspirierende, emotionale Produktshow und Ideen- und Informationsplattform bilden. Gemeinsam machen wir den Spirit und die Kraft der Gemeinschaft durch Verbund erlebbar.

www.derkreis.de · www.kuechenspezialisten.de

BEI DER VERWALTUNGSRATSSITZUNG wurde Oliver Strelow, Geschäftsführer Marketing & Vertrieb von Der Kreis Deutschland, als Nachfolger von Erhard Umstätter von Ernst-Martin Schaible in das Gremium berufen. Weitere Mitglieder des Verwaltungsrates, der im Rahmen des Der Kreis Kongresses in Berlin gewählt wurde, sind: Andreas Ullrich (Küchen Ullrich, Füssen), Erich Pfeleiderer (Küchenhaus Pfeleiderer, Winnenden), Jutta Nagel (Nagel Küchen, Velen), Helmut Heiser (Heiser's Küchen, Budenheim, nicht im Bild) und Wolfgang Rieth (RK Küchenkultur, Böblingen/Vorsitzender des Verwaltungsrates). Komplettiert wird der Verwaltungsrat zudem durch Ernst-Martin Schaible und Stefan Wörwag von Der Kreis.