

Spezialisten – Symbiose aus Berufung und Leidenschaft

Der Kreis Jahreshauptversammlung 2017



Mit einer Kombination aus Sachverstand und Herz gelang es den unter dem Dach des Leonberger Systemverbunds Der Kreis zusammengeschlossenen 2931 Fachgeschäften und Betrieben aus den Bereichen Küche, Bad sowie Schreinereien und Innenausbauer den Umsatz der Verbundgruppe um 8,4 Prozent auf 3,47 Milliarden Euro zu steigern.

Hauptumsatzträger der mittelständisch geprägten Verbundgruppe sind nach wie vor die Küchenspezialisten in Deutschland, den Benelux-Ländern, Frankreich, Großbritannien, Österreich, der Schweiz, Italien, Portugal und Südosteuropa.

In Deutschland gelang es den Der Kreis-Küchenprofis den durchschnittlichen Verkaufswert hochwertig geplanter Einbauküchen im Vergleich zum Vorjahr um 4,9 Prozent auf 12.802 Euro zu erhöhen. Beim Der Kreis Franchise-Modul Varia lag der Durchschnittswert der verkauften Küchen sogar mit 13.000 Euro noch ein Quäntchen höher, freute sich Varia Geschäftsführer Walter Greil. Pluszahlen die, so Der Kreis-Gründer Ernst-Martin Schaible nicht ohne Stolz, deutlich über dem Branchendurchschnitt von 6.714 Euro liegen und damit das Interesse der Verbraucher an individuell geplanten, hochwertigen Küchen unterstreichen. Zudem sieht sich der Branchenkenner weiter darin bestätigt, dass die Kompetenz und Beratungsqualität der Fachgeschäfte sich gegenüber der Großfläche mehr als behauptete. So liege das Mengenwachstum der verkauften Küchen deutlich unter deren Steigerung im Wert.

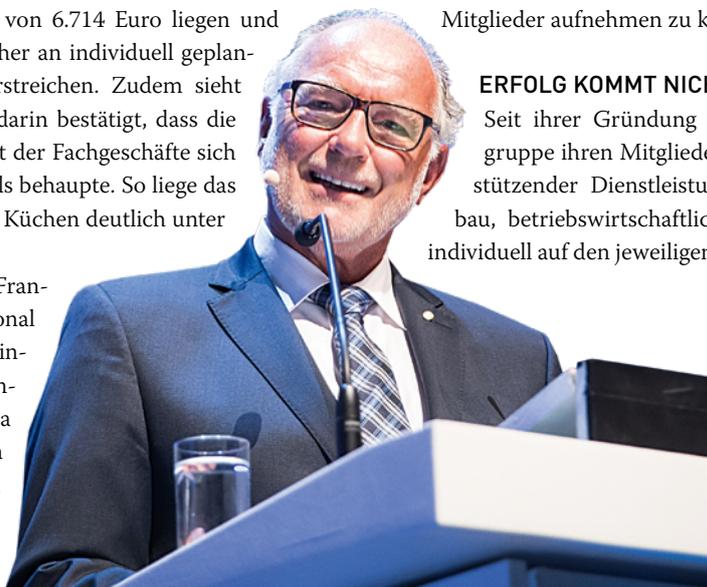
Doch zurück zu Varia. Die Varia Franchise GmbH wächst international kontinuierlich weiter. „Besonders interessiert zeigt sich derzeit der französische Markt“, erläuterte Varia Geschäftsführer Walter Greil. Von den 120 Varia Häusern sind zwei Drittel im Ausland und ein Drit-

tel im Inland situiert. „Für dieses Jahr sind erst einmal neun Häuser in Planung“, informierte der sympathische Österreicher weiter. Der Austausch unter den Varia-Häusern sei sehr intensiv, besonders geschätzt werde dabei der Betriebsvergleich, der auf Wunsch der Mitglieder von nun an sogar jährlich stattfinden soll.

Nicht minder positive Zahlen vermeldete Sven Mischel, Geschäftsführer Mein Bad und Creative Inneneinrichter. Seine Mitglieder, deren Anzahl in 2016 um 61 Fachgeschäfte gewachsen ist, verbuchten einen Umsatzzuwachs von 6 Prozent. Der deutliche Ausbau der Lieferantenstruktur in den Bereichen Bad, Sanitär und Heizung, dabei auch der Grossist Pfeiffer & May, ebnet den Weg, um in 2017 weitere neue Mitglieder aufnehmen zu können. Für alle gemeinsam gilt:

ERFOLG KOMMT NICHT VON UNGEFÄHR

Seit ihrer Gründung offeriert die Leonberger Verbundgruppe ihren Mitgliedern ein breit angelegtes Paket unterstützender Dienstleistungen. Ob Standortanalyse, Ladenbau, betriebswirtschaftliche oder juristische Beratung oder individuell auf den jeweiligen Küchenspezialisten zugeschnittene



ERNST-MARTIN SCHAIBLE,
geschäftsführender Gesellschafter
des Systemverbunds Der Kreis



Marketingpakete, alle Serviceangebote sind auf dem neuesten Stand und decken aktuelle Markttrends und Entwicklungen ab. Der Input für neue Konzepte entsteht nicht zuletzt durch die kontinuierliche Kommunikation des Der Kreis-Teams mit seinen Mitgliedshäusern. Argumente, die 51 weitere Küchenfachgeschäfte in 2016 dazu bewogen, der Verbundgruppe beizutreten. „15 dieser Häuser sind Existenzgründer, die der Kreis auf dem Weg in die Selbständigkeit unterstützt“, freut sich Ernst-Martin Schaible.

„MENSCHEN BILDEN BEDEUTET NICHT, EIN GEFÄSS ZU FÜLLEN, SONDERN EIN FEUER ZU ENTFACHEN.“ (ARISTOPHANES)

Ein Zitat, das das Engagement von Ernst-Martin Schaible und seinem Der Kreis-Team sehr gut beschreibt: Er selbst engagierte sich gemeinsam mit Rudolf Miele wettbewerbsübergreifend und erfolgreich für die Realisierung des Ausbildungsberufs „Küchenspezialist“. Und noch heute setzt sich der ambitionierte Branchenkenner für die Weiterbildung und somit für die Zukunftssicherung des Küchenfachhandels ein. Selbst während des Branchenabends ließ er es sich nicht nehmen, Herrn OstD Dieter Müller, Möbelfachschule Köln, auf die Bühne zu bitten, um ihm zum einen für die Kooperation zu danken und um seinen Mitgliedern gleichzeitig die MÖFA und damit das Thema Ausbildung in Erinnerung zu bringen. „Unsere Branche braucht gut ausgebildete Fachleute, also bilden Sie aus“, appellierte Ernst-Martin Schaible an seine Gäste, und zwar ohne sich dabei selbst aus der Verantwortung zu ziehen.

Denn auch Der Kreis selbst erweitert sein Schulungsangebot und ermöglicht seinen Mitgliedern bzw. deren Angestellten die Schulung zur Elektrofachkraft, die aufgrund von regulatorischen Vorgaben von Seiten der Europäischen Union absolviert werden muss. Der Kurs wendet sich an alle, die keine ausgebildeten Elektrofachkräfte sind, die aber aus beruflichen Gründen einfache Arbeiten – wie Anschlussarbeiten oder sonstige – an elektrischen Geräten durchführen wollen. Der Abschluss des Kurses ist gemäß den maßgebenden Vorschriften zertifiziert.

„Wir kommen mit dieser Maßnahme unserer Fürsorgepflicht gegen-

über unseren Mitgliedern nach und wollen ihr Bewusstsein schärfen, in welchen Bereichen Risiken für sie schlummern, vor allem aus versicherungstechnischer Sicht“, erklärte Ernst-Martin Schaible. Diese Fortbildung findet deutschlandweit in zwei Einheiten à vier Tage statt, zwischen dem ersten und dem zweiten Teil liegt jeweils eine zweiwöchige Pause. Durch die Ausrichtung in Eigenregie durch die Leonberger Verbundgruppe profitieren die Teilnehmer zudem von einem erheblichen Preisvorteil gegenüber bisherigen Anbietern.

„DIGITALISIERUNG IST KEIN SELBSTZWECK! SIE MUSS DEM MENSCHEN DIENEN!“ THORSTEN DIRKS, CEO TELEFONICA DEUTSCHLAND

Das Internet ist heute die am häufigsten genutzte Informationsquelle im Vorfeld des Küchenkaufs. Das belegen u. a. die rund 160 000 Suchanfragen, die Interessenten monatlich bei Google zum Thema Küche eingeben.

Von diesem Online-Nachfrage-Boom sollen die Mitglieder von Der Kreis jetzt noch stärker profitieren. Unter www.kuechenspezialisten.de werden interessierte Endverbraucher künftig auf die Kompetenz zertifizierter Küchenspezialisten zurückgreifen können. Die Domain hatte sich die Leonberger Verbundgruppe frühzeitig gesichert. Nun sei es an der Zeit diesen „Markenschatz“ im Sinne der Mitglieder zu heben und sie damit zu unterstützen“, erläuterte Der Kreis Vertriebs- und Marketinggeschäftsführer Oliver Strelow.

Präsentiert wurde das neue Online-Konzept von den Mitgliedern des Marketingausschusses von Der Kreis. Die Unternehmer hatten durchweg an der Entwicklung der Website mitgearbeitet. Unter ihrem Zutun entstand eine Informations- und Vermittlungs-Plattform, die den Konsumenten auf seiner „Customer Journey“ begleitet. Der Begriff Customer Journey bezeichnet die „Reise“ eines potenziellen Kunden über verschiedene Touchpoints mit einem Produkt, einer Marke oder einem Unternehmen, bis er schließlich kauft.

Als Touchpoint wird jede Art von Kontaktpunkt bezeichnet, von klassischer Werbung über Onlinemarketing-Maßnahmen bis hin zur Meinung eines Freundes oder Informationen auf Bewertungsportalen.



EMOTIONAL und überzeugend wurde die neue webbasierte „Herz drauf“-Marketinginitiative gestartet, deren Symbol, der rote Kochhandschuh, sie durch alle virtuellen Medien, online, im Print und am Point of Sale begleitet.

Die Rubriken der digitalen Endkundenplattform www.kuechenspezialisten.de sind an die typische Customer Journey beim Küchenkauf angelehnt. Dabei werden Impulse wie Inspiration, Beratung, Planung und Einbau bis hin zum Leben in der Küche gesetzt.

HAND AUFS HERZ ...

... dass die Mitgliedsunternehmen von Der Kreis von dieser neuen Website mit der neutralen Benennung kuechenspezialisten.de profitieren: Das mediale Gesamtpotenzial bezifferte Der Kreis-Einkaufschef Harald Kastner mit 14 Millionen Deutsche über 30 Jahre mit Produktinteresse an der Kücheneinrichtung. Über das Onlineportal werden deren Suchanfragen direkt und indirekt zu den teilnehmenden Werbepartnern gelenkt. Denn jedes der teilnehmenden Mitglieder präsentiert sein Unternehmen zusätzlich zu seiner bereits vorhandenen Website in Form einer Microsite, die sein Konterfei abbildet: In Schwarz gekleidet, die rechte, rot-behandschuhte Hand am Herzen, verspricht jeder Inhaber der zertifizierten Küchenfachgeschäfte mit Sachverstand und Herz alles für die Zufriedenheit seiner Kunden zu tun und wirbt unter dem Claim „Herz drauf“ um das Vertrauen seiner Kunden in seine Leistungsfähigkeit. Um eine gleichbleibende Qualität des Portraitfotos zu gewährleisten, wurden von Profi-Fotografen entsprechende Parameter festgelegt.

Zusätzlich nimmt der Werbepartner an dem Konzept „Deutschland baut um“ teil und spricht somit weitere Zielgruppen an, die über unterschiedliche Wege auf seiner Microsite landen, die an Küchen interessierten sowie die an Renovierung und Modernisierung interessierten Endverbraucher.

„Und“, so betont Harald Kastner, „auch unser Erfolgsportal kuechenboerse.24 werden wir mit www.kuechenspezialisten.de verlinken. Auf das Portal und sein vielfältiges Angebot von Ausstellungsküchen

und -geräten greifen heute bereits 100 Der Kreis-Mitglieder zurück und verbuchen über 40 000 Zugriffe.“

Ein attraktiver 3D Web-Küchenplaner bringt zusätzliche Frequenz auf die Microsites der Werbepartner. Er unterstützt die Spezialisten bei der Gewinnung von Endverbraucheranfragen, Leads, aktiv.

„WER DENKT, WILL NICHT ÜBERREDET, SONDERN ÜBERZEUGT SEIN ...“ (VICTOR KLEMPERER, ROMANIST UND POLITIKER)

Bereits nach der bühnenreifen, sehr emotionalen Präsentation der neuen Website hatten die Fotografen alle Hände voll zu tun, um der Nachfrage der begeisterten Der Kreis-Mitglieder Folge zu leisten. Nahezu alle am Kongress teilnehmenden Mitglieder ließen sich ablichten und bekannnten sich zur neuen Website und zur neuen Marketingkampagne, deren Symbol, der rote Kochhandschuh, sie durch alle virtuellen Medien, online, im Print und am Point of Sale begleitet.

Und für all diejenigen, die die Jahreshauptversammlung in diesem Jahr nicht besuchen konnten, wird das Team von Der Kreis in sieben zentralen Städten Deutschlands entsprechende Foren abhalten, um sie zu informieren und ihnen die Möglichkeit zu geben, sich ebenfalls anzuschließen.

ENDKUNDENMAGAZIN UND WERBEMITTEL

Neben dem Online-Portal wurde das bekannte Endkunden-Magazin von Der Kreis überarbeitet und entsprechend dem neuen Internetauftritt modernisiert. Diese moderne



OLIVER STRELOW, Der Kreis
Geschäftsführer Vertrieb und
Marketing

UND ABENDS
brachte die Spider
Murphy Gang
die Teilnehmer
der Der Kreis JHV
auf Touren.



und lesenswerte Zeitschrift, die Reportagen, Tipps, Unterhaltsames sowie Produktinnovationen aus dem Themenfeld Küche beinhaltet, kann vom Werbepartner in seiner direkten Kommunikation mit dem Endkunden eingesetzt werden. Auf Wunsch kann jeder Küchenspezialist Cover-Vorderseite, das Vorwort und die Cover-Rückseite mit eigenen Inhalten gestalten, um dem Ganzen einen individuellen Anstrich zu verleihen.

Ergänzend dazu können die erklärten Küchenspezialisten sich selbst und das Konzept in einer neuen teilindividualisierten Imagebroschüre vorstellen. Nicht zu vergessen die zahlreichen, aufmerksamkeitsstarken Werbemittel, die von einem roten Handschuh oder einer Kochschürze über Kaffeetassen, Beachflags und Fahnen bis zu klassischen Giveaways reichen.

„Ein wichtiger Baustein ist das Qualitätssiegel, das den Werbepartner als zertifizierten Küchenspezialisten aus der Masse heraus hebt. Unabhängig davon bleibt der individuelle Auftritt des Mitgliedes in seiner Region weiter im Vordergrund seiner Kommunikation. Das Küchenspezialisten-Konzept verstärkt die Marke des einzelnen Mitgliedes und unterstützt ihn bei seinem Außenauftritt“, sagte Oliver Strelow. Dabei spielt das Zertifikatsschild, das den Küchenspezialisten als zertifizierten 5-Sterne-Partner darstellt, eine zentrale Rolle und dient als wichtiges Vertrauenssignet für Endkunden.

Als Protagonist des Küchenfachhandels brachte Ernst-Martin Schaible die Zielsetzung der Kampagne auf den Punkt: „Seit vielen Jahren prägen wir den Begriff des Küchenspezialisten und bauen ihn kontinuierlich weiter aus. Wir haben Ihnen heute einen weiteren Meilenstein vorgestellt. Mit unserer neuen, zukunftsweisenden Online-Strategie kuechenspezialisten.de und der dazugehörigen aufmerksamkeitsstarken Endkunden-Plattform setzen wir ein deutliches Zeichen zur Stärkung und Positionierung der Küchenspezialisten von Der Kreis am Markt.“

DIE WEICHEN SIND GESTELLT

„2016 war insgesamt ein sehr erfolgreiches Jahr für uns. Hierfür danke ich allen, die ihren Beitrag hierzu geleistet haben, insbesondere allen



ERNST-MARTIN SCHAIBLE UND KARL DOTZAUER beim Fassanstich am Bayerischen Abend auf dem Der Kreis Kongress in München.

Mitgliedsunternehmen, Partnern aus der Industrie, Dienstleistern und Mitarbeitern“, sagte Ernst-Martin Schaible, Gründer und geschäftsführender Gesellschafter von Der Kreis.

Und die positive Stimmung von 2016 scheint sich auch in 2017 fortzusetzen. Die konjunkturellen Rahmenbedingungen tragen nach wie vor zu einer weiteren Stimulation des privaten Konsums bei und hierbei vor allem zu Investitionen in das Wohnen und in die Gestaltung der eigenen vier Wände. „Die Küchen- und Badkonjunktur wird nicht zuletzt vom wachsenden Wohnungsbau und dem Trend nach Renovierungen der eigenen vier Wände profitieren, der zu einer weiteren Erhöhung der Nachfrage nach individuell geplanten Küchen und Bädern sowie im Innenausbau führen wird. Alles in allem ist für 2017 eine weiterhin positive Entwicklung zu erwarten, dieser Trend lässt sich an den Zahlen der ersten Monate im Systemverbund ablesen.“ Der Wochenschnitt läge hier auf gleicher Höhe wie 2016. Bis habe man den Umsatz um plus 8 Prozent steigern können, so Ernst-Martin Schaible.

www.derkreis.de



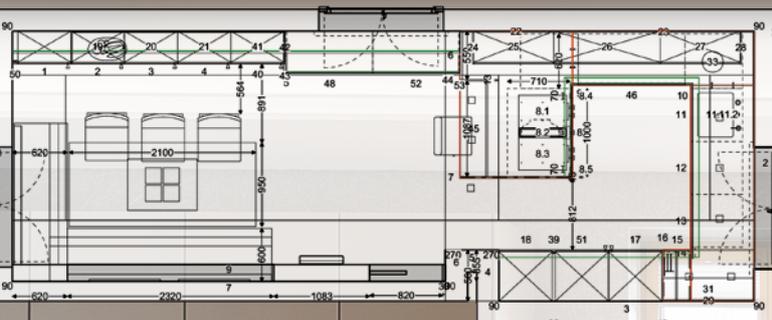
Spezialisten leisten etwas Besonderes

Ausgezeichnet

Auch in diesem Jahr wurden auf der Jahreshauptversammlung fünf Der Kreis-Mitglieder in ebenfalls fünf verschiedenen Kategorien zum Küchenspezialisten des Jahres 2017/18 gekürt.

Karin und Magnus Armbruster mit ihrem Varia Studio in Ingolstadt: Kunden bestätigten dem Ehepaar ihre absolute Zufriedenheit sogar schriftlich und das über die letzten drei Jahre, nämlich den Zeitraum ihrer Selbständigkeit hinweg. Für ihre Kreativität wurde die Franz Kerstin Haustechnik GmbH & Co. KG mit Inhaber Christoph Ilaender und Abteilungsleiter Küchen Michael Stratmann ausgezeichnet.

Von ihren Kollegen erhielt eine Küchenplanung von Caroline und Meike Preusser die Auszeichnung Beste Küche, während Endverbraucher auf den Internetdomains www.kuechenspezialisten.de und www.deutschland-baut-um.de sowie auf stark frequentierten Internetauftritten von Endverbraucherzeitschriften für Einrichtungs- und Renovierungsinteressierte wie www.renovieren.de und www.bautipps.de die von Mathias Grummt und Rico Kellner, Mühlau, möbelplus



BESTE KÜCHE – PUBLIKUMSPREIS:

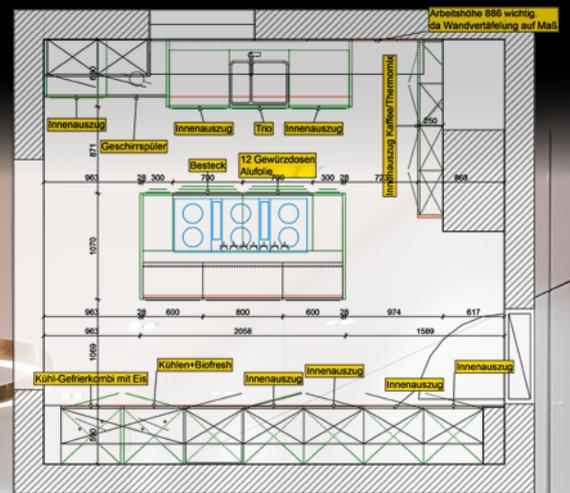
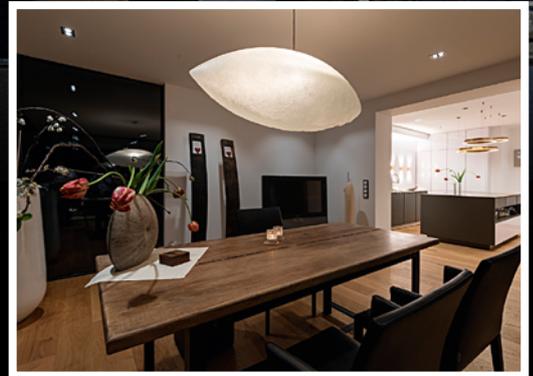
Von Endverbrauchern gewählt wurde die Küchenplanung von Mathias Grummt und Rico Kellner, Mühlau, möbelplus GmbH





GmbH, eingereichte Küchenplanung zur besten Küche prämierten. Die Auszeichnung zum Küchenspezialisten des Jahres in der Rubrik Newcomer erhielt Pascal Kilgus, Kilgus Küchen in Waiblingen, der mit seinem kompletten Unternehmenskonzept überzeugte. „Durch diese Preise bauen unsere Mitgliedshäuser den Bekanntheitsgrad und das Image ihres Fachgeschäftes in ihrer Region weiter aus, zudem erhöht sich nachweislich die Besucherfrequenz“, zeigte sich Ernst-Martin Schaible, Gründer und geschäftsführender Gesellschafter von Der Kreis überzeugt. Deshalb sollten sich auch im nächsten Jahr wieder zahlreiche Der Kreis-Spezialisten bewerben, um als Preisträger beim Der Kreis-Kongress vom 11.-13. Mai 2018 in Berlin gekürt zu werden. Auch die Mitglieder der Jury Professor Achim Hack, Fakultät Gestaltung, Hochschule Wismar, Fee Wiebusch, Inhaberin der Werbeagentur Markentrieb, Yvonne Davy, Chefredakteurin der Zeitschrift küche+architektur, und Stephan Wörwag, Justiziar von Der Kreis, freuen sich bereits heute auf die Einsendungen der Küchenspezialisten.

www.derkreis.de



BESTE KÜCHE – KOLLEGENPREIS: Von ihren Kollegen erhielt die Küchenplanung von Caroline und Meike Preusser die Auszeichnung Beste Küche.

