„Wir sind da bisweilen etwas unter dem Radar, gehören aber zu den **Top 3 Einkaufskooperationen** im Bereich Küche“

KÜCHENhandel-Gespräch mit EMV-Geschäftsführer Ulf Rebenschütz und Category Manager Küche Frank Haubold

Mit einem Einkaufsumsatz von über 1 Mrd. Euro im Bereich Küche gehört der EMMK zu den Top 3 Einkaufskooperationen der Branche. Im EMMK sind der EMV, KSV und die Garant-Gruppe zusammengeschlossen. Der EMV segelt dabei etwas unter dem Radar, hat sich jedoch mit einem Küchenanteil von über 45 Prozent und einer Vielzahl von Küchenkonzepten und Schienen etabliert. Der KSV ist ein reiner Küchenspezialverband und mit mittlerweile über 400 Mitgliedern eine Hausnummer in der Küchenvermarktung. KÜCHENhandel-Redakteurin Stefanie Willach traf sich mit EMV-Geschäftsführer Ulf Rebenschütz und Category Manager Küche Frank Haubold via Teams, ums sich Struktur und Zielsetzung von EMV und KSV vorstellen zu lassen. Nachfolgend lesen Sie Auszüge aus dem Gespräch.

KÜCHENhandel: Wir möchten mit diesem Gespräch den Lesern unserer Zeitschrift KÜCHENhandel die Aktivitäten des Europa Möbel Verbundes im Bereich Küche vorstellen. Dürfte ich Sie, Herr Rebenschütz und Herr Haubold, um eine kurze Vorstellung Ihrer Person bitten.

Ulf Rebenschütz: Sehr gerne. Ich bin seit 1992 beim Europa Möbel-Verbund tätig, seit 2015 verantworte ich als Geschäftsführer das Marketing, den Vertrieb sowie den Einkauf. Gleichzeitig bin ich auch mit meinem Kollegen Leif Kania Geschäftsführer des Küchen Spezial Verbundes KSV, einem Unternehmen unserer Verbundgruppe.
Frank Haubold: Ich bin neu bei EMV, sozusagen der Novize in der Runde, und bekleide seit einem Jahr die Funktion des Category Managers Küche.

KÜCHENhandel: Welche Aktivitäten verfolgt der EMV im Küchensektor? Ich erinnere mich, dass es den KSV als Küchenspezialverbund, KücheAktiv als Fachmarktkonzept und natürlich die Möbelhäuser mit den jeweiligen Schienen gibt. Können Sie die einzelnen Bereiche etwas aufgliedern und zuordnen?

Rebenschütz: Grundsätzlich ist Ihre Information richtig, ich versuche einmal, den Status zum Thema Küche etwas genauer zu beschreiben. Die Warengruppe Küche hat für den EMV eine enorme Bedeutung, es ist die wirtschaftlich wichtigste Warengruppe innerhalb des EMV. Um dies zu verdeutlichen: Gemeinsam mit unserem Einkaufspartner Garant Gruppe stemmen wir in unserer gemeinsamen Einkaufsgesellschaft EMMK ein Beschaffungsvolumen in Höhe von rund 1 Mrd. Euro Einkaufsumsatz alleine in der Warengruppe Küchen. Wir sind da bisweilen etwas unter dem Radar, gehören aber zu den Top 3 Einkaufskooperationen im Bereich Küche.

KÜCHENhandel: Stimmt, diese Einschätzung teilen wir.

Rebenschütz: Unsere Gesellschafter verfügen über das komplette Leistungsportfolio, angefangen bei unseren Handelsmarken wie Contur, Global, Herzstück, Europa Möbel Collection. Dann gibt es auch Point of Sale Markenkonzepte wie KücheAktiv oder Home Company, da haben die meisten Häuser auch Küchen. Grundsätzlich gilt aber: Wer bei uns mit Küche arbeitet, kann vor Ort auch immer

Ulf Rebenschütz
»Ein Verband ist immer auch eine Plattform«

Frank Haubold
»Wir müssen als Verband auch Antworten darauf finden, wie sich der Küchenhandel durch KI verändern kann«

seine Unternehmermarke in den Vordergrund stellen. Der Partner vor Ort kann immer entscheiden, was er von unseren Angeboten nutzt. Es gibt auch Unternehmer, die nutzen nur unseren Einkauf.
Dann haben wir noch den KSV, die Gründung erfolgte vor 14 Jahren und richtet sich ausschließlich an größere Schreinereien mit Küchenvertrieb und Küchenspezialisten. Das ist ein sehr spezifisches Kundenspektrum, das über die Zielgruppe des EMV hinausgeht.
Der EMV wiederum hat auch eine Vertriebsgruppe Küchenspezialisten, aber diese Häuser sind deutlich größer als die KSV-Häuser, da findet man dann schon Fachmarktkonzepte wie KücheAktiv oder auch große Häuser mit mehreren Filialen.

Ulf Rebenschütz
»Das daraus resultierende Einkaufsvolumen spricht für sich, der Küchenanteil beim EMV alleine erreicht 45 Prozent.«

KÜCHENhandel: Die Struktur der küchenführenden Häuser innerhalb des EMV ist ja tatsächlich sehr heterogen. Einerseits haben Sie ein Dickschiff wie Segmüller in Ihren Reihen, dann den Filialisten XXL Küchen ASS im Osten und klassische Möbelhäuser mit Küchenabteilung. Da bohren Sie schon ein breites Brett.

Rebenschütz: Genau das ist unsere Stärke – die breite Aufstellung, die es ermöglicht ein breites Angebot für jede Betriebsgröße und Spezifikation zu bieten. Das daraus resultierende Einkaufsvolumen spricht für sich, der Küchenanteil beim EMV alleine erreicht 45 Prozent.

KÜCHENhandel: Herr Haubold, Sie haben im vergangenen Jahr die neu geschaffene Position des Category Managers Küche übernommen. Wie sehen Ihre Verantwortlichkeiten im Einzelnen aus? Ich habe diese Position im Küchenbereich noch nicht gekannt.

Haubold: Das geht Ihnen nicht allein so, am Anfang wurde mir immer die Frage gestellt, was heißt es sprachlich und vor allem inhaltlich. In meinem Bereich laufen alle Aufgaben im Bereich Küche, die unter einem strategischen Gesichtspunkt stehen, zusammen. Zum einen betreue ich ein Einkaufsteam, das unter der Leitung von Andreas Nowack steht. Zum anderen bieten wir Unterstützung im Bereich Marketing. Hier unterstütze ich das Team von Marketing- und Vertriebsleiter Fabian Rügamer, das den Händlern breite Unterstützungspakete für die Handelsmarken und Point-of-Sale-Marken zur Verfügung stellt. Und natürlich geht es darum, die Händler ein Stück weit aus der analogen Welt hin zum digitalen Unternehmensauftritt zu begleiten. Und drittens gehört die Vertriebsunterstützung zu meinem Aufgabenfeld. In diesem Bereich ist die Unternehmensberatung mit Standort- und Wettbewerbsanalysen für unsere Händler angesiedelt. Hier ha-

ben wir ein Team von sechs Außendienstmitarbeitern, die unsere Handelspartner vor Ort beraten und unterstützen. Ich koordiniere die Aufgaben dieser insgesamt drei Teams und berichte wiederum an Ulf Rebenschütz.

KÜCHENhandel: Wenn ich Sie richtig verstehe, ist damit das gesamte Küchenportfolio mit Ausnahme des KSV gemeint.

Haubold: Ja, richtig, wobei der Einkauf natürlich auch für den KSV mit erfolgt.

KÜCHENhandel: Wer ist für die einzelnen Handelsmarken im Küchenbereich verantwortlich, wie können sich die Leser das vorstellen?

Haubold: Wir haben insgesamt vier Handelsmarken, die wir unseren Partnern zur Verfügung stellen, das sind im Einzelnen Global Küchen, Contur Küchen, EMC Küchen und Herzstück, da liegt die Marketing- und Markenverantwortung bei Fabian Rügamer. Intern greifen wir natürlich auf EMV-Dienstleistungen zurück wie beispielsweise auf die „Perspektive“, die EMV-Inhouse-Werbeagentur, und viele weitere Marketingdienstleistungen.

KÜCHENhandel: Und wer ist dann beispielsweise für KücheAktiv zuständig?

Haubold: KücheAktiv verantworten Fabian Rügamer und ich gemeinsam, das ist ein Sonderfall, weil wir gerade dabei sind, KücheAktiv zu überarbeiten, quasi fit für die Zukunft zu machen.

KÜCHENhandel: Gibt es noch diese einzelnen KücheAktiv-Standorte, die als Fachmarktstandorte angelegt waren?

Haubold: Selbstverständlich, wir haben aktuell 30 KücheAktiv-Standorte, wobei der 31. Standort im September 2025 ans Netz geht. Unser Ziel ist es, mit der Neukonzeption von KücheAktiv weitere Lizenznehmer zu gewinnen. Wir wachsen mit KücheAktiv aus unserer eigenen Gruppe heraus, nicht unbedingt von außen. Mit KücheAktiv können sich unsere Handelspartner sehr gut von anderen Lösungen an ihrem Point of Sale differenzieren.

KÜCHENhandel: Wer sind die jeweiligen Lieferanten im Möbelbereich? Wer sind die Hauptlieferanten im Gerätebereich, bei Arbeitsplatten und Spülen? Wir beobachten im Moment im Markt einen starken Trend zur Konzentration. In der Vergangenheit nutzten Sie Whirlpool als Handelsmarke, gibt es so eine Kooperation heute noch?

Haubold: Wir haben in unserem Lieferantenportfolio keine Überraschungen, da wir auf eine sehr langjährige Zusammenarbeit mit unseren Industriepartnern zurückblicken. Auf der Holzseite sind dies die großen Fünf: Nobilia, Schüller, Häcker, Nolte und Bauformat/ Burger plus viele weitere Unternehmen wie z.B. Ballerina, Leicht Küchen oder auch Sachsenküchen. Im E-Gerätebereich ist ebenfalls alles dabei, was Rang und Namen hat, an der Spitze die großen Drei: die BSH-Gruppe, Miele und AEG. Und im Zubehörbereich Blanco, Franke, Naber und Schock.

KÜCHENhandel: Eigentlich ein doch sehr großes Portfolio.

Haubold: Da komme ich zurück auf das, was Herr Rebenschütz eben gesagt hat. Unser Gesellschafter ist sehr, sehr frei und dies eben auch, was die Auswahl seiner Lieferanten angeht. Der Händler kann sich sein Leistungsportfolio selbst zusammenstellen, oftmals wird nicht ersichtlich, dass es sich um ein EMV-Haus handelt. Dies ist auch der Grund, warum wir mit nahezu allen relevanten Marktplayern vertraglich zusammenarbeiten.

KÜCHENhandel: Die EMV-Gruppe erzielte im Geschäftsjahr 2024 einen zentralregulierten Umsatz von 1,43 Mrd. Euro, das entsprach einem Minus von 11,4 Prozent. Mussten Sie für das Küchensegment auch einen Umsatzrückgang beziffern?

Rebenschütz: Der Küchenumsatz ist im gleichen Rahmen wie der Gesamtumsatz zurückgegangen. Dies ist ein Rückgang, wie ihn die Branche und wir leider auch selten erlebt haben.

KÜCHENhandel: Da stellt sich natürlich automatisch die Frage, ob im laufenden Jahr Besserung in Sicht ist.

Rebenschütz: Unser Eindruck ist, es stabilisiert sich. Der zweistellige Rückgang von 2023 und 2024 scheint etwas gebremst zu sein. Aber es geht noch von Monat zu Monat rauf und runter. Aus unserer Sicht ist noch kein eindeutiger Trend abzusehen, da müssen wir sicher noch einige Monate ins Land gehen lassen, um dies abzuschätzen. Aus unserer Sicht erfreulich ist, dass im ersten Quartal die Baugenehmigungen, beispielsweise bei Einfamilienhäusern, wieder um 15 Prozent gestiegen sind, das ist eine Entwicklung, die Hoffnung gibt.
Haubold: Ja, die Lage ist aktuell noch sehr volatil, kleinste Entwicklungen sind spürbar. Die Menschen halten das Geld zusammen, unsere Aufgabe ist es, Lust auf Konsum zu machen.

contur
MODERN KITCHEN DESIGN
EUROPA MÖBEL
global KÜCHEN

KÜCHENhandel: Sie nennen 440 Anschlusshäuser mit 1.125 Verkaufsstellen, sind darin der KSV und KücheAktiv inkludiert?

Rebenschütz: Nein, der KSV ist nicht dabei. KücheAktiv-Häuser sind als EMV-Gesellschafter dabei.

KÜCHENhandel: Wie viele KSV-Gesellschafter gibt es dann?

Rebenschütz: Das sind aktuell schon 445, eine Zahl, die uns wirklich freut.

KÜCHENhandel: Die hohe Zahl der Gesellschafter bestätigt meinen Eindruck, dass der KSV immer unter dem Radar segelt, denn in 14 Jahren rund 445 Häusern zu gewinnen, ist schon eine enorme Zahl.

Rebenschütz: Ja, da haben Willibert Fröschen und sein Team wirklich eine sehr gute Arbeit geleistet. Das muss man deutlich anerkennen. Allein im Jahr 2024 sind 24 neue Häuser hinzugekommen. Auf dem Radar der Küchenprofis und bei der Industrie ist der KSV ersichtlich und vor allem spürbar. Unser Ziel ist es, die Küchenspezialisten ohne viel Aufhebens erfolgreich zu machen.

KÜCHENhandel: Wie hoch ist denn der Einkaufsumsatz der KSV-Häuser, wie viel tragen die Häuser zum Gesamtvolumen von EMMK bei?

Rebenschütz: Der Einkaufsumsatz der Häuser ist im deutlich dreistelligen Millionenbereich, man kann es fast schon ausrechnen. Im KSV sind Häuser zwischen 300.000 Euro und 1 Mio. Euro Umsatz beheimatet, im EMV sind es dann eher die Häuser, die über 1 Mio. Euro Einkaufsumsatz erzielen. Unsere Küchenspezialisten sind im Umsatz mit den Gesellschafter-Umsätzen vergleichbar.

KÜCHENhandel: Ist Willibert Fröschen schon im Ruhestand?

Rebenschütz: Offiziell ab dem 1. Juli 2025. Sein Nachfolger, Leif Kania, hat sich seit 01. September letzten Jahres in ausgezeichnetem Teamwork mit Willibert Fröschen eingearbeitet. Willibert Fröschen hat mit seiner Arbeit Spuren hinterlassen, es ist aber bei solchen personellen Wechseln immer unser Ziel, dass alles nahtlos weiterläuft und das Mitglied im besten Fall gar nichts spürt und sich die Unternehmenskultur einfach weiterentwickelt. Wir sorgen im Hintergrund dafür, dass Know-how und Erfahrung im Unternehmen bleiben und die Zufriedenheit unserer Mitglieder weiter gestärkt wird.

KÜCHENhandel: Der KSV hat einen eigenen Montageservice, wie ist das organisiert und wie funktioniert das? Gibt es dieses Konzept auch für die EMV-Häuser?

Rebenschütz: Wir bieten diesen Montageservice vor allem im Bereich der Neugründungen beim KSV an. Die Warengruppe Küche ist die Warengruppe, bei der man heute noch Neugründungen erlebt. In anderen Warengruppen ist dies höchst selten. Und für diejenigen Händler, die sich zu einer Neugründung entschließen, bieten wir gerade beim KSV ein breites Portfolio an Unterstützungsmaßnahmen und eben auch den Montageservice mit einem externen Dienstleister, der deutschlandweit tätig ist. Damit hat der Händler vor allem auch klar kontrollierbare Kosten. Die EMV-Häuser nutzen ihren eigenen Montageservice, greifen aber auch, bei Spitzen in der Nachfrage, auf den Service zurück.

KÜCHENhandel: Inwieweit profitieren die küchenführenden Häuser von der im Jahr 2024 eingerichteten EMV-Akademie?

Haubold: Die EMV-Akademie soll für alle Gesellschafter Mehrwert bringen. Zunächst werden produktbezogene Informationen für Möbel aufgebaut. 600 aktive Teilnehmer nutzen bislang schon rund 150 Schulungsmodule. Das ist Wissen für den täglichen Gebrauch: Bedarfsanalyse, der Endkunde im digitalen Raum. Hier bieten wir vielfältige Themen an, wobei wir klar sagen müssen, dass wir noch in der Entwicklung sind. Die Inhalte sind digital und die Schulung erfolgt online.

KÜCHENhandel: Herr Haubold, Sie haben sich ja bei Küchenheld intensiv mit dem Thema Küchenvermarktung on- und offline auseinandergesetzt. Wie ist Ihre Meinung zu dem Thema, entwickeln Sie ein solches Konzept auch für EMV?

Haubold: Wir schließen nichts aus. Im Kern ist die digitale Ansprache des Kücheninteressenten weit vor dem Küchenverkauf Standard. Das wird von den Verbrauchern sehr stark genutzt und auch geschätzt. Jede Handelsaktivität, also auch wir, ist gefordert, dieses Vorfeld zu besetzen, um für den Kunden sichtbar zu werden. Wir kümmern uns aktuell um Leadgewinnung und schrauben an diversen Stellen, um die Sichtbarkeit unserer Händler zu erhöhen. On- und Offline ist heute kein Unterschied mehr, der Kunde muss tatsächlich über alle Touchpoints angesprochen werden. Es geht darum, die digitale Welt und die analoge Welt perfekt zu verknüpfen.

Frank Haubold
»Es geht darum, die digitale Welt und die analoge Welt perfekt zu verknüpfen.«

Frank Haubold
»Die gesamte Kontaktanbahnung bis zum Küchenverkauf ist eigentlich zunehmend digital.«

KÜCHENhandel: Aber so ein Konzept wie Küchenheld wird es zunächst nicht aus der Feder von EMV geben?

Haubold: Na ja, vieles, was Küchenheld macht, machen wir heute auch schon. Das gehört zu unserem Standardrepertoire, um Kunden anzuziehen. Die gesamte Kontaktanbahnung bis zum Küchenverkauf ist eigentlich zunehmend digital. Und wir sind da mit vielen Stellschrauben, die aufeinander abgestimmt werden müssen, dabei. Aber wir sehen natürlich auch noch Handlungsbedarf. Ich nenne ein Beispiel: Wir müssen schauen, ob die Homepages der Händler gut gepflegt sind, ob die Google-Einträge vorhanden sind, der Handelspartner gepflegte Insta- und Facebook-Kanäle hat, die vor allem aktuell bedient werden. Nachdem das Geschäft nun rückläufig ist, die Empfehlungskunden nicht mehr so stark kommen, müssen wir die Händler sensibilisieren, sich der digitalen Welt zu öffnen.
Wenn der Kunde heute mit Amazon Prime und WhatsApp umgeht, dann ist es ein Leichtes für ihn, sich über den Küchenkauf im Internet vorzuinformieren. Deshalb müssen die Händler bei diesen Themen mitgehen.

KÜCHENhandel: Im Bereich Möbelvermarktung gibt es das Konzept „Homepoet“, das als Verkaufsbasis, aber auch zur Leadgenerierung für stationäre Geschäfte dient.

Rebenschütz: Homepoet ist für unsere Kunden das Schaufenster in die digitale Welt, hier zeigen wir unsere Möbelsortimente und Kollektionsmarken, die den Kunden zur Verfügung stehen und online bestellt werden können. Homepoet dient vor allem aber zur Leadgenerierung für die Häuser, soll den Appetit wecken.

KÜCHENhandel: Als weiteres Konzept führt der EMV noch Home Company, werden hier auch Küchen angeboten?

Haubold: Home Company ist genau wie KücheAktiv als Konzept für den Point of Sale entwickelt worden. Hintergrund war seinerzeit ein frischer, moderner Marktauftritt. Dieses Konzept gibt es tatsächlich auch schon seit mittlerweile 20 Jahren und wird sehr erfolgreich von rund 30 Gesellschaftern geführt. Bei Home Company sind immer Möbel und Küchen im Angebot. Aber es gibt auch Home Company-Häuser, die nur Küche im Programm haben und filialisieren. Auch dieses Konzept läuft vielleicht – wie Sie es ausdrücken – etwas unter dem Radar. Wir merken allerdings, dass sich die Häuser immer etwas besser entwickeln als der Markt.

KÜCHENhandel: Sie bezeichnen den EMV auf der Homepage als digitale Datendrehscheibe, was ist damit gemeint?

Rebenschütz: Ein Verband ist immer auch eine Plattform. Wir sind mit unseren Aktivitäten zwischen Handel und Industrie und weiteren Stakeholdern angesiedelt. Und um all dies zu organisieren und zu strukturieren, spielen Daten heute eine entscheidende Rolle. Wir stellen unseren Gesellschaftern über unser Intranet alle nur vorstellbaren Daten, von Planungsdaten, Kalkulationsdaten, Bilddaten, Marketing- und Werbedaten, zur Verfügung, das ist ohne Zweifel ein siebenstelliges Datenvolumen, das für jeden Händler überlebenswichtig ist. Denn ohne Daten ist alles nichts. Wir helfen dem Händler so, dass er sich auf seine Kerntätigkeit, das Verkaufen, konzentrieren kann.

Ulf Rebenschütz
»KI wird ein Boost werden. Wir müssen den Händlern helfen, die Schnelligkeit des Wandels zu bewältigen.«

KÜCHENhandel: In dem Zusammenhang stellt sich natürlich auch die Frage, wie wird die Künstliche Intelligenz das Geschäft beeinflussen.

Rebenschütz: KI wird ein Boost werden. Wir müssen den Händlern helfen, die Schnelligkeit des Wandels zu bewältigen. In den nächsten fünf Jahren wird sich die Welt nach meiner Einschätzung so verändern wie in den letzten fünfzehn Jahren und wahrscheinlich sogar noch schneller. Das Tempo wird immer höher. Wenn nun noch so Dinge hinzukommen wie Digitaler Produktpass, alles, was das Thema ESG, also zum Beispiel nachhaltige Lieferketten, angeht, da sind wir als Dienstleistungszentrale für unsere Händler natürlich an vorderster Front.

Ulf Rebenschütz
»Das Tempo wird immer höher.«

KÜCHENhandel: Was, denken Sie, wird die KI noch verändern?

Rebenschütz: Individuell passende Einrichtungsvorschläge werden viel schneller generiert, Planungen viel schneller umgesetzt, zum Teil auch vom Kunden selbst. Die Suche im Internet wird sich radikal verändern. Marketing wird viel individueller werden, wir werden Daten anders aufbereiten müssen. KI wird uns, der einzelnen Persönlichkeit, genau das offerieren, was zu ihr passt. Die Art der Selektion wird eine andere werden. Es wird alles viel schneller und die Art unserer Arbeit wird sich kolossal verändern. Ich frage mich,

ob wir als User alle kleine KI-Apps als Helferlein nutzen, die unterschiedliche Dienstleistungen für uns erledigen, oder ob wir alle künftig mit dem Mobiltelefon einen eigenen KI-Butler in der Tasche haben, der genau auf unsere Bedürfnisse zugeschnitten ist und Aufgaben erfüllt. Das sind Fragen, die unser Leben und auch das Marketing grundlegend verändern werden.

Haubold: Aus Küchensicht gibt es ebenfalls ein spannendes Thema. Als das Internet aufkam, sprachen wir davon, dass es wie eine Transparenzpeitsche funktioniert, die die Unternehmen zu offenen Prozessen zwingt. Die Küche ist nun ein sehr komplexes Konsumgut, dem ein individueller Beschaffungsprozess zugrunde liegt. Wenn man sich nun überlegt, dass KI in der Lage sein wird zu verdichten, was ein Kunde wirklich haben möchte, dann stelle ich mir schon die Frage, wie das den stationären Küchenhandel verändert und gegebenenfalls auch heute den Küchenplaner entlastet. Wir müssen als Verband auch Antworten darauf finden, wie sich der Küchenhandel durch KI verändern kann. KI wird dem Handel enorme Chancen, aber entsprechende Risiken bringen.

KÜCHENhandel: Können Sie uns schon einen kleinen Ausblick zur EMMK-Ordermesse in Leipzig geben?

Haubold: Vom 9. bis 10. November findet die EMMK-Ordermesse in Leipzig statt. Wir gehen davon aus, dass wir auf der Küchenseite leicht mehr Aussteller als 2023 haben. Die Unternehmen sind jetzt schon fleißig dabei, ihre Ausstellungen zu planen.

Rebenschütz: Wir werden auf der EMV-Messe unsere Gesellschafter mit vielen Ideen und Konzepten energetisieren und motivieren. Unser kreatives Team hat da einiges im Köcher. Freuen Sie sich auf Leipzig.

KÜCHENhandel: Zum 1. Juli haben Sie, Herr Rebenschütz, einen neuen Geschäftsführer-Kollegen an Ihrer Seite: Knut Albert folgt dann auf Felix Doerr, der den Verband viele Jahre erfolgreich geführt hat. Wird es durch die Neubesetzung Veränderungen im Tagesgeschäft geben?

Rebenschütz: Nein, es bleibt tatsächlich alles so, wie es ist. Knut Albert verantwortet künftig Finanzen, IT und Administration und übernimmt damit vollkommen den Bereich von Felix Doerr. Meine Verantwortung bleiben die Themen Marketing, Vertrieb und Einkauf.

KÜCHENhandel: Meine Herren, ich danke Ihnen für das Gespräch. ■

EXISTENZ-GRÜNDUNG

DER KÜCHEN RING

DIE GEGENWART MEISTERN.
DIE ZUKUNFT GESTALTEN.

Selbstständig im Küchenhandel, aber nicht allein: Der Küchenring steht Ihnen als verlässlicher Partner zur Seite – mit tiefem Marktverständnis, einer klar strukturierten Organisation und einem Netzwerk, das Rückhalt bietet. **Von der Gründung über die Neueröffnung bis zur erfolgreichen Etablierung begleiten wir Sie auf Augenhöhe** und mit dem Verständnis für die Herausforderungen im Küchenmarkt.

Ihre Vorteile auf einen Blick:

- **Persönliche Begleitung durch erfahrene Ansprechpartner**
- **Zugang zu einer Vielzahl renommierter Lieferantenmarken**
- **Exklusive Einkaufskonditionen und zentrale Abwicklung**
- **Umfangreiche Unterstützung bei Planung, Finanzierung, Analyse und Sortiment**
- **Zugang zum kostenlosen Marketingportal, zu Marketingpaketen und Werbemitteln für einen starken Auftritt**
- **Austausch mit erfolgreichen Kolleginnen und Kollegen im Verband**
- **Durch kompakte Strukturen effizient organisiert und kostenbewusst aufgestellt**
- **Praxisorientierte Schulungen und Netzwerkveranstaltungen**

Jetzt den Grundstein für eine erfolgreiche Selbstständigkeit legen. Werden Sie Teil unserer Gemeinschaft.

www.kuechenring.de