

Das Wetter heute



Es wird zeitweise regnerisch. Die Höchsttemperatur liegt bei 14 Grad Celsius.

Blick auf die deutschen Fußballplätze

FRANKFURT. Wie haben die Teams der drei höchsten Fußball-Ligen in Deutschland seit Freitagabend gespielt? Hier sind die Ergebnisse.

Bundesliga am 7. Spieltag

| | |
|--------------------------|-----|
| Union Berlin - Wolfsburg | 2:0 |
| Bochum - Köln | 1:1 |
| Hoffenheim - Freiburg | 0:0 |
| Dortmund - Schalke | 1:0 |
| Leverkusen - Bremen | 1:1 |
| Augsburg - München | 1:0 |
| Stuttgart - Frankfurt | 1:3 |
| M'gladbach - Leipzig | 3:0 |
| Mainz - Hertha BSC | 1:1 |

2. Liga am 9. Spieltag

| | |
|--------------------------|-----|
| Fürth - Paderborn | 2:1 |
| Heidenheim - K'lautern | 2:2 |
| Regensburg - St. Pauli | 2:0 |
| Bielefeld - Kiel | 4:2 |
| Darmstadt - Nürnberg | 2:0 |
| Rostock - Magdeburg | 3:1 |
| HSV - Düsseldorf | 2:0 |
| Sandhausen - Hannover | 2:3 |
| Braunschweig - Karlsruhe | 2:1 |

3. Liga am 9. Spieltag

| | |
|-------------------------|-----|
| Freiburg II - Osnabrück | 1:1 |
| Verl - Duisburg | 1:0 |
| Oldenburg - Bayreuth | 1:1 |
| Mannheim - Wiesbaden | 1:0 |
| Meppen - Viktoria Köln | 2:2 |
| Halle - Elversberg | 1:3 |
| Dresden - Ingolstadt | 1:1 |
| Zwickau - Dortmund II | 1:2 |
| 1860 München - Aue | 3:1 |

■ Im letzten Spiel des Drittliga-Spieltags trifft heute um 19 Uhr Rot-Weiß Essen auf den 1. FC Saarbrücken.

MHK Welt erscheint auch online

ENGER. Seit Jahren schätzen die Besucherinnen und Besucher die MHK Welt. Als Begleiter für Branchenkenner und aktuelle Tageszeitung ist sie für viele Menschen unentbehrlich geworden. Doch auch wer vor Messeschluss abreist, muss auf nichts verzichten. Denn die MHK Welt gibt es auch in diesem Jahr wieder online. Jeden Morgen findet man im Internet die aktuelle Tagesausgabe und weitere Informationen über das Messengeschehen. Zu finden ist die Online-Ausgabe im Internet unter

www.mhk.de

Gender-Hinweis

Um unsere Inhalte möglichst leserfreundlich zu gestalten, verwenden wir das „generische Maskulinum“. Wir möchten betonen, dass wir diese verkürzte Sprachform geschlechtsneutral und aus rein redaktionellen Gründen nutzen. Sie beinhaltet keine Wertung.

Nasskaltes Wetter trifft auf warme Atmosphäre und herzliche Begegnungen

Guter Messestart in „besonderen“ Zeiten

Von Kirk Mangels

Irgendwie ist im Jahr 2022 alles anders. Und offensichtlich setzt sich dieses auch im Herbst nahtlos fort. Und damit ist nicht nur vom Wetter die Rede. Offensichtlich hat Petrus im Jahrhundertsonnensommer das gesamte Wasser eingespart, um es pünktlich zur Küchenmeile der ausgedörrten Erde wieder zurückzugeben. Nicht falsch verstehen, selten ist Regen so willkommen, wie nach diesem Sommer. Und trotzdem sorgt das durchwachsene Wetter logischerweise nicht für die allergrößte Begeisterung.

Die Messestimmung kann man sicherlich als gut bezeichnen: Schöne Ausstellungen, motivierte Hersteller und erwartungsvolle Besucher treffen auf Unsicherheit, Preissteigerungen und ungewisse Liefersituationen. Daher ist auch der Mesebesuch im Jahr 2022 anders, als er früher war. Neben der gefühlter eher geringeren Anzahl an Produktneuheiten gibt es viele Fragestellungen, die zusätzlich diskutiert werden: Gehen die Preiserhöhungen weiter? Was passiert von Zuliefererseite, wenn nun wirklich irgendwann das Gas ausbleibt? Verzichten die Kunden auf eine neue Küche, wenn das Geld knapper wird?

Das Ganze wird noch garniert mit Corona-Unsicherheiten. Irgendwie bekommt



Für die Küchenbranche heißt es seit Samstag wieder: It's time to fall in love again.

Foto: Falko Wachendörfer

man das Gefühl, die 20er Jahre spinnen. Aber das war ja bekanntlich schon im letzten Jahrhundert so.

Aber genug Wasser in den Wein gegossen: Die Ausstellungen und die Stimmungen zeigen eins: Die Küchenbranche hat die letzten 2,5 Jahre Pandemie und Ukraine-Krieg ausgesprochen gut überstanden. Ja, sie kann sich sogar zu den Krisenge-

winnern zählen. Auch wenn man kein Prophet sein muss, dass das, was aktuell mit Strom- und Gaspreisen und damit verbunden dem Einkommen des Konsumenten passiert, nicht spurlos an der Küche vorübergehen wird. Dass sich der ZGV einig darüber ist, einen Green Monday zu empfehlen und auch die MHK-Gesellschaft diesen nahezu unisono

begrüßen, spricht eine deutliche Sprache und dennoch: Die Küchenbranche ist nach wie vor leistungsstark. Es ist anzunehmen, dass entweder durch eine Beruhigung der Märkte oder durch einen Eingriff der Politik, die Haushalte nicht reihenweise in die Privatsolvvenz gehen werden. Lediglich die Inflation wird aller Voraussicht nach hoch

bleiben. Aber wenn ein Mehr an Sicherheit und eine hohe Inflation zusammenkommen, gibt es auch für die Konsumenten wieder mehr Gründe, ihr Geld zu investieren. Und da steht das eigene Zuhause immer noch ganz weit vorne.

Insofern bleibt die Erkenntnis: Ja, auch die Küchenbranche könnte von diesen dramatischen Ein-

schnitten vermehrt getroffen werden, aber dann trifft es sie voraussichtlich relativ zuletzt.

Noch ein Hinweis in eigener Sache: Dass es am gestrigen Sonntag keine MHK Welt-Ausgabe gab, wie Sie es gewohnt waren, hat keineswegs etwas mit einem Sparzwang zu tun. Zumindest nicht bei uns. Das Westfalen-Blatt hat in den letzten Jahren sein Sonntags-Ausgabe eingestellt und schmeißt daher in der Nacht von Samstag auf Sonntag ihre Druckerpressen nicht mehr an. Leider auch nicht für die MHK Welt. Daher gibt es in diesem Jahr eine Ausgabe weniger. Leider. Dafür aber wieder in der gewohnten Qualität.

Zusammengefasst: Weder das schlechte Wetter, noch die Unsicherheiten rund um Ukraine-Krieg, Lieferkettenproblematik oder Corona sollten die Laune komplett verhegeln. Ohne weich zu zeichnen, ist die Branche bislang immer gestärkt aus den Krisen gekommen. Lassen Sie uns daher auf das Beste hoffen und uns auf das Schlimmste vorbereiten. Auf dem heutigen MHK Branchenabend heute Abend wird dies der MHK-Vorstandsvorsitzende Werner Heilos auch mit dem ehemaligen Wirtschaftsweisen Prof. Bofinger diskutieren. Dazu ebenfalls mehr in der morgigen Ausgabe der MHK Welt.

Kluge Gedanken kluger Köpfe

Die Branche vor Herausforderungen

Dass die Branche vor bewegenden Zeiten steht, wird überall deutlich. Welche Herausforderungen angegangen werden, erklärten Persönlichkeiten der Branche.

Vor welchen kurz- und mittelfristigen Herausforderungen steht die Branche? Und mit welchen Ansätzen kann sie diesen begegnen?

Matthias Berens, Baumann Group:

Kurz- und mittelfristige Herausforderungen für die Küchenbranche sind derzeit nicht nur der Fachkräftemangel und knappe Roh-

stoffe mit teilweise langen Lieferzeiten, sondern vor allem auch die Energiekrise. Wir als Hersteller können hier nur schauen, dass wir vorausschauend und sparsam wirtschaften – auch, damit die Kosten für unsere Möbel bei insgesamt steigenden Preisen nicht explodieren.

Daneben ist Energiesparen natürlich im Sinne des Klimaschutzes. Was den betrifft, sind wir schon ziemlich gut. 2020 wurden wir als klimapositives Unternehmen ausgezeichnet. Das heißt, wir kompensieren unsere CO₂-Emissionen

mehr als vollständig. Dass wir diese nicht komplett vermeiden können, ist klar – zumal eine erfreulich hohe Nachfrage die Produktion ankurbelt. Da kommen auch die Fachkräfte ins Spiel. Unsere Auszeichnungen als „TOP Arbeitgeber (DIQP)“ und „Familienfreundliches Unternehmen“ helfen uns, dem Mangel entgegenzuwirken. Die Mitglieder der kitchen family arbeiten sehr flexibel und vom Homeoffice aus nicht nur ortsunab-

hängig, sondern über den Kreis Herford hinaus!

Dr. Lars M. Bopf, nobilia:

Nach anspruchsvollen Jahren, die durch die Corona-Pandemie und deren Auswirkung geprägt waren, sind nun die explodierenden Rohstoff- und Energiepreise, die hohe Inflation und die Sorge vieler Menschen in Deutschland und Europa vor einer unsicheren Zukunft Entwicklungen, die auch unsere Branche be-

stimmen. In der vor uns liegenden Zeit wird noch stärker als bisher ein partnerschaftlicher Umgang aller Beteiligten in der Branche von zunehmender Bedeutung sein.

Markus Schüller, Schüller Küchen:

Ausgehend von überdurchschnittlich guten Umsätzen in den vergangenen zwei Jahren, begegnet die Branche seit einigen Wochen segmentabhängig teils erheblichen Auftragsrückgängen. Dies stellt sowohl den Handel als auch die Industrie vor neue Herausforderungen.

Eine weitere anspruchsvolle Situation ergibt sich

aus dem sehr hohen Niveau in Bezug auf Roh-/Hilfs- und Betriebsstoffe. Die Branche sollte sich auf ihre Stärken besinnen: Verlässlichkeit und Berechenbarkeit und die Kultur einer offenen Kommunikation.

Als Hersteller müssen wir Prozesse sorgfältig, vollumfänglich und pünktlich erfüllen. Am Ende sollte das gemeinschaftliche Ziel sein, die maximale Endkundenzufriedenheit zu erreichen. Die Erhöhung des Servicegrades und das Qualitätsargument „made in Germany“ sind hier wichtige Hebel. Die Branche wird diese Herausforderungen nur gemeinsam beherrschen können.



Matthias Berens
Baumann Group

Was ist Ihnen persönlich in der Pandemie klar geworden?

Gesundheit und Freiheit sind ein kostbares Gut! Außerdem habe ich gemerkt, dass die Zeit mit der Familie vorher viel zu

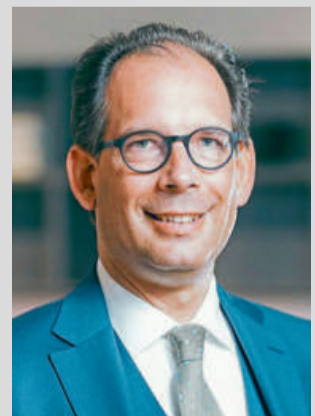
kurz gekommen ist, sogar an Wochenenden. Dank Digitalisierung geht das auch anders. Gewisse Themen kann man prima in Videomeetings besprechen – das spart Zeit und schon die Umwelt.

Welche drei geschichtlichen Personen würden Sie zum Essen einladen?

Den „Rat Pack“! Dean Martin, Frank Sinatra und Sammy Davis Jr. würde ich sehr gerne mal bewirten – mit anschließendem Absacker an der Bar.

In welcher Situation haben Sie in letzter Zeit Mut benötigt?

Bei meinem letzten Zahnarztbesuch.



Dr. Lars M. Bopf
nobilia

Was ist Ihnen persönlich in der Pandemie klar geworden?

Die Pandemie hat gezeigt, wie verletzlich die Menschheit ist und in welchem Ausmaß sich normal geglaubte Dinge verändern können. Parallel dazu ist aber auch deutlich geworden,

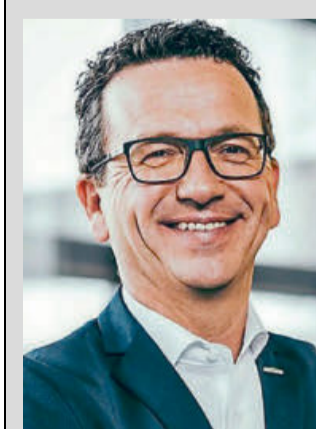
gerade mit Blick auf unsere Branche, dass die Bedeutung des eigenen Zuhauses erfreulicherweise erheblich gestiegen ist.

Welche drei geschichtlichen Personen würden Sie zum Essen einladen?

Margarete Schütte-Lihotzky, Carl Benz, Max Himmelheber.

In welcher Situation haben Sie in letzter Zeit Mut benötigt?

Wenn wir auf unsere täglichen Herausforderungen zurückschauen, ist unser Handeln meist von hohem Engagement geprägt. Wirklichen Mut beweisen – eine „große Aussage“ – müssen Menschen in vielen anderen Teilen der Welt und aktuell sogar in Europa.



Markus Schüller
Schüller Küchen

Was ist Ihnen persönlich in der Pandemie klar geworden?

Aus wirtschaftlicher

Sicht: die hohe Verflechtung der internationalen Warenströme und somit deren Abhängigkeiten und Risiken.

Welche drei geschichtlichen Personen würden Sie zum Essen einladen?

Kofi Annan, Ed Sheeran, Ludwig Erhard – sicher eine spannende Runde!

In welcher Situation haben Sie in letzter Zeit Mut benötigt?

Da gab es täglich viele. Wobei zum Mut auch immer Verantwortung gehört, Entscheidungen mit Maß und Ziel zu fällen.



Bettina Korn und Deborah Stucki präsentieren gut gelaunt die Franke-Neuheiten. Foto: Falko Wachendörfer

Franke sorgt für gesunde Atemluft beim Kochen

Bakterien ohne Chance

LÖHNE (tw). An ereignisreichen Messtagen kann Ausstellern und Besuchern schon mal die Puste ausgehen – beim Kochen wird das tiefe Durchatmen jetzt deutlich angenehmer. Im house4kitchen präsentiert Franke mit dem Mythos Air Hub ein innovatives System, das in besonderem Maß für Wohlbefinden sorgt: nicht nur für klare, saubere Luft beim Kochen, sondern auch für hygienisch sichere Atemluft rund um die Uhr. Denn Mythos Air Hub vereint zwei Funktionen: Als klassische Abzugshaube saugt sie zuverlässig den Kochdunst ab, darüber hinaus sorgt sie

dank ihrer Desinfektionsfunktion für höchste Luftqualität.

Apropos Gesundheit: Gefiltertes Wasser in bester Qualität direkt aus der Küchenarmatur liefern die Vital Filterarmaturen von Franke. Dank Aktivkohlefasern und Hightech-Membranen entfernt die Filtertechnologie Verunreinigungen, schlechte Gerüche und geschmackliche Beeinträchtigungen.

Wohlbefinden ist in der Küche aber nicht alles – auch das Design muss stimmen. Der Trend zu mehr Farbe in der Küche ist überall auf der Messe nicht zu

übersehen. Franke zieht mit und taucht Spülen, Armaturen und Zubehör der Mythos Masterpiece Serie in angesagte Metallic-Farben. Sie sind in markantem Anthrazit, warmem Kupfer und funkelndem Gold erhältlich. Dank einer speziellen Nano-Beschichtung auf PVD-Grundlage sind die Oberflächen hygienisch, strapazierfähig, hitzebeständig und kratzresistent. Gute Nachricht für Putzmuffel: Die einzigartige Beschichtung reduziert Fingerabdrücke und lässt sich dank ihrer wasser- und ölabweisenden Eigenschaften mühelos sauber halten.

Ausgezeichnete Zusammenarbeit wird intensiviert

Ein gemeinsames Ziel: Kundenzufriedenheit festigen

RÖDINGHAUSEN/DREIEICH

(jp). Gerade bei größeren Anschaffungen spielt bei der endgültigen Kaufentscheidung nicht allein das Produkt eine Rolle. Oft sind die weichen Faktoren das Zünglein an der Waage, wie persönliche Betreuung, Service und Vertrauen in das Unternehmen. Letzteres stärkt die Garantiedatenbank seit mehr als 15 Jahren mit ihrem Angebot.

„Mit einer Garantieverlängerung, die nach Ablauf der Herstellergarantie greift und dem Kunden eine ganz neue Dimension der Absicherung eröffnet, unterstreicht der Händler, dass er hinter der Qualität und Zuverlässigkeit der von ihm verkauften Produkte steht“, betont Thomas Singer, Geschäftsführer der Garantie-

datenbank. „Und sollte doch einmal etwas kaputt gehen, hat der Käufer die Gewissheit, dass ihm schnell und unkompliziert geholfen wird.“

Diese Hilfe garantieren auch Kooperationen wie die mit dem Kundendienst der BSH Hausgeräte GmbH. Beide Unternehmen – Garantiedatenbank und der BSH-Kundendienst – arbeiten seit mehr als 10 Jahren eng zusammen. „Unser Erfolgsrezept sind die Werte, die unsere Unternehmen auszeichnen“, betont Thomas Singer. „Für uns haben hervorragende Qualität, hohe Zuverlässigkeit und erstklassiger Kundenservice oberste Priorität.“ Das betont auch der Blick auf die Google-Bewertungen und -Kommentare. Um den

Mehrwert für ihre Kunden noch einmal erheblich zu erhöhen, haben die Garantiedatenbank und der BSH-Kundendienst ihre Zusammenarbeit jetzt deutlich intensiviert. „Konkret bedeutet dies, dass Kundendienstaufträge direkt von uns aufgenommen werden“, berichtet Thomas Singer. Anschließend kümmert sich der BSH-Kundendienst um die Behebung des Schadens und rechnet die Leistung direkt mit dem Dreieicher Serviceunternehmen ab. Großer Vorteil: Kunden müssen nicht mehr – wie sonst üblich – in Vorleistung treten. Hinzu kommt, dass die auf die Produkte des Konzerns geschulten Techniker eine schnelle Lösung des Problems, selbst bei kniffligen Fällen, garantieren.

„Unser Ziel ist es, die Zufriedenheit unserer Kunden zu festigen und kontinuierlich zu stärken“, hebt Andreas Döge, Geschäftsführer des BSH-Kundendienstes in Deutschland hervor. „Bei der Umsetzung spielen unsere BSH-Techniker mit ihrem fachkundigen Service eine ebenso wichtige Rolle wie die Garantiedatenbank mit ihrem zuverlässigen und völlig unkomplizierten Schadenmanagement – für uns eine Kombination, die die Stärken des jeweils anderen noch einmal potenziert.“ Außerdem überwacht die Garantiedatenbank die unterschiedlichen Schadenbilder. Auf diese Weise lässt sich ein Frühwarnsystem entwickeln, das genutzt werden könnte, um Schäden künftig zu minimieren.

E.T. telefoniert noch einmal

MAINZ. Das Heimweh eines Außerirdischen: „E.T. nach Haus“ telefonieren“ rührt vor vier Jahrzehnten Millionen Menschen auf der Welt. Steven Spielbergs „E.T.“ prägt Denken und Ideenwelt vieler Leute bis heute.

Was Film alles kann: Ein eher eklig anmutendes Wesen mit Echsenhaut und glühendem Wurstfinger sagt einem kleinen Jungen in Kalifornien goodbye und „Ich

bin immer bei dir“ – und Millionen Menschen auf der ganzen Welt sind gerührt. Vor 40 Jahren kam das amerikanische Sci-Fi-Märchen „E.T. – Der Außerirdische“ auf den Markt. Kinostart in deutschsprachigen Ländern war damals im Dezember (9. Dezember). ZDFneo zeigt den Klassiker nun mal wieder im Fernsehen – am 23. September, einem Freitagabend, um 20.15 Uhr.

Symphonic Mob musiziert

BERLIN. Hunderte Musikers haben gemeinsam in einem Berliner Einkaufszentrum musiziert. Der Chefdirigent des Deutschen Symphonieorchesters (DSO), Robin Ticciati, leitete dort am Samstag den sogenannten Symphonic Mob. Hobbymusiker konnten ihre Instrumente mitbringen und mit dem Orchester spielen. Auch Sängern und Sängern waren eingeladen. Auf dem Pro-

gramm standen Werke von Gabriel Fauré, Modest Mussorgsky und Giuseppe Verdi. Die Noten konnten vorab im Internet heruntergeladen werden und wurden auch vor Ort verteilt, in der Originalversion und einer leichteren Variante. Zum Abschluss sei mit Blick auf den Krieg in der Ukraine „Dona nobis pacem“ gesungen worden, sagte ein Sprecher des Orchesters.



schüller. | **next125**
at home



with
Schüller

Meet us

Entdecken Sie die Vielfalt und alle Neuheiten vom 17. bis 23.09.2022 im house4kitchen in Löhne, auf unserer digitalen Messe und im neuen Katalog – welcome at home!

www.innovations-tour.schueller.de

Jetzt neuen Katalog bestellen



SUBWAY STYLE

— So vielfältig wie das Leben —

Entdecken Sie die Sortimentserweiterung unserer erfolgreichen Villeroy & Boch Subway Style Familie live auf der area30. Wir begrüßen Sie täglich von 9 bis 18 Uhr auf Stand F 23.

Ihr Villeroy & Boch Team

Alle Infos zu unseren Herbstneuheiten auch online:
pro.villeroy-boch.com/kueche



Starkes Netzwerk und innovative Angebote

MHK Group setzt am neuen Standort auf Gut Böckel Signale

RÖDINGHAUSEN/ENGER (jp). Zur Herbstmesse 1999 öffnete das MHK Forum zum ersten Mal seine Türen. Seinerzeit noch in Enger. Nachdem der Standort in den letzten Jahren aus ganz unterschiedlichen Gründen an Attraktivität verlor, nutzten die Dreieicher die coronabedingte Zwangspause, um nach einem neuen Standort zu suchen. Gefunden haben sie ihn im Entrée-Bereich auf Gut Böckel – einer der Besuchermagneten. Die neue Location, eine ehemalige Remise, bietet den Dreieichern unter dem diesjährigen Messemotto „Impulse. Signale. Jetzt“ Raum für persönliche Gespräche, für das Miteinander und den Austausch zwischen Verband, Handel und Industrie.

„Als Verband liefern wir aber nicht nur ein starkes Netzwerk, sondern auch viele innovative Angebote, mit denen wir und unsere Gesellschafter der Eintrübung am Konjunkturhimmel begegnen können“, unterstreicht der MHK-Vorstandsvorsitzende, Werner Heilos. Einige davon stellen noch bis Donnerstag die vier MHK-Dienstleistern CARAT, CRONBANK, Garantiedatenbank und MIYU im Roggenhaus vor.

Beim Softwarehaus CARAT, das sich nach einem kompletten Relaunch im



Beim MHK-Regionalleiter-Team bleibt auch im neuen MHK-Forum auf Gut Böckel kein Gast im Regen stehen. Foto: Falko Wachendörfer

modernen Look präsentiert, stehen die cloudbasierte Planungssoftware als Neuheit sowie zahlreiche Produktentwicklungen im Fokus. Mit ihren Finanzkauf- und Finanzierungsmöglichkeiten wird die CRONBANK auf die besonderen Bedürfnisse und Anforderungen des Fachhandels eingehen.

Den Service des Fachhandels zu stärken, hat sich auch die Garantiedatenbank auf die Fahnen geschrieben, die mit Garantieverlängerungen und einem schnellen und unkomplizierten Schadensmanagement Vertrauen schafft und auch Themen wie Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung bedient.

Wie Unternehmer sowohl Produkte, als auch sich selbst als Marke inszenieren und so für mehr Frequenz sorgen können, erläutert das Team der Digitalagentur MIYU dem interessierten Fachpublikum.

„Unsere Partner profitieren von einem breiten Angebot an Dienstleistungen, die

wir nicht einkaufen, sondern selbst erbringen“, so MHK-Vorstandsvorsitzender Werner Heilos. „Damit können wir jederzeit und sehr agil auf sich ändernde Bedingungen reagieren und unseren Partnern die Unterstützung bieten, die sie – gerade auch in der kommenden Zeit – benötigen.“

„Brot und Salz, Gott erhalt's“

Bauknecht heißt neue Nachbarn willkommen

RÖDINGHAUSEN (jp). Sie haben in unserem Kulturkreis eine lange Geschichte und eine ganz besondere Bedeutung: Brot und Salz. Deshalb werden sie mit den Worten „Brot und Salz, Gott erhalt's“, beim Einzug gerne überreicht. An diese Tradition knüpfte am Freitag zu Beginn der Herbstmesse

auch der Hausgerätehersteller Bauknecht an, um auf Gut Böckel seinen neuen Nachbarn, die MHK Group, zu begrüßen. Eine Geste, über die sich Jutta Strothoff, MHK Vorstand Werner Heilos und die beiden MHK Chefeinkäufer Kai Blaß und Markus Hermann-Ring sehr freuen.

Trachtenumzug beim Fest

MÜNCHEN. Rund 700.000 Gäste haben laut Schätzung der Festleitung am ersten Wochenende bei nasskaltem Wetter das Oktoberfest in München besucht. Eröffnet wurde das Fest am Samstag. Es gab aber auch außerhalb

des Festplatzes viel zu sehen. Beim Trachtenumzug zogen am Sonntag zum Beispiel Musikkapellen, Kut-schen und Trachtengruppen durch die Stadt. Insgesamt geht das Oktoberfest bis zum 3. Oktober.



BLANCO UNIT
drink. prep. clean.

BLANCO präsentiert die neueste Generation der BLANCO UNITs exklusiv für seine Handelspartnerinnen und -partner vom 17. – 22. September 2022 auf Gut Böckel. Lassen Sie sich begeistern von den vielen Möglichkeiten der perfekten Ausstattung des Wasserplatzes. Optische und funktionale Highlights erwarten Sie.

Mehr unter www.blanco.com/neuheiten-2023

BLANCO

Nachhaltige Gedanken in der Krise

Branche hat Umwelt im Blick

Nachhaltigkeit und Wirtschaft gehen in schwierigen Zeiten nicht zusammen? Die Branche beweist das Gegenteil.

Durch die unterschiedlichen Krisen sind Themen wie Nachhaltigkeit und Klimaschutz etwas in den Hintergrund geraten, auch wenn sie an Tagesaktualität nichts eingebüßt haben. Mit welchen Maßnahmen setzt sich Ihr Unternehmen für Klimaschutz und die Schonung natürlicher Ressourcen ein?

Jens-Christoph Bidlingmaier, Bauknecht Hausgeräte GmbH:

Sowohl der Bauknecht Hausgeräte GmbH als auch unserer Muttergesellschaft Whirlpool Corporation liegen Klimaschutz und Ressourcenschonung nach wie vor am Herzen. Die Whirlpool Corporation engagiert sich bereits seit über 50 Jahren für mehr Nachhaltigkeit und setzt diesen Weg konsequent mit ambitionierten Zielen fort: Bis 2030 wollen wir Netto-Null-Emissionen für alle Werke und Betriebe erreichen. Bei den Scope 1- und 2-Emissionen konnten wir bereits 27 Prozent der Emissionen im Vergleich zu 2016 einsparen. Außerdem entwickeln wir neue Technologien, um die bei Verwendung unserer Produkte entstehenden Emissionen zu reduzieren und unseren Konsumentinnen und Konsumenten energie- und

wassersparende Hausgeräte zu bieten. Wir setzen auf erneuerbare Energien sowie auf eine verbesserte Energieeffizienz bei Anlagen und Prozessen. Und natürlich optimieren wir den Materialeinsatz und minimieren Deponieabfälle. Die genauen Initiativen sind in unserem Nachhaltigkeitsbericht online einsehbar.

Heidrun Brinkmeyer, Ballerina-Küchen:

Für Ballerina bedeutet Nachhaltigkeit in jeder Hinsicht ressourcenschonendes Handeln. Die Rohstoffe und Dienstleistungen werden regional und nur im deutschsprachigen Raum einge-

kauft. Die Verpackung ist ökologisch, recyclebar und individuell angepasst. Es werden nur formaldehydreduzierte CARB2/TSCA P2-Standard aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern eingesetzt. Damit sorgt der Ballerina-Korpus für einen deutlich besseren CO₂-Fußabdruck als ein Massivholzkorpus. Ballerina lebt die nachhaltigen sozialen Komponenten wie unbefristete Arbeitsplätze, Übernahme aller Auszubildenden, keine Steuervermeidungsstrategie, Reinvestition der Gewinne, regionales Sponsoring ohne Marketingvorteil sowie persönlicher familiärer Umgang. Zur diesjähri-

gen Hausmesse stellen wir unser neues Konzept, die „Lifestyle-Küche“ vor. Für viele Konsumenten ist es inzwischen wichtig, nicht nur nachhaltige Produkte zu kaufen, sondern nachhaltig zu leben. Hierzu bietet die „Lifestyle-Küche“ viele Elemente mit Funktionen, die nachhaltiges Handeln erleichtern. Dieses sind beispielsweise Auszüge mit Konstruktionen für Wertstoffbeutel zur Abfalltrennung und Recycling. Die Cerealienspender und Schüttenregale sowie Keramik-Vorratsdosen für unverpackte Lebensmittel. Ein Wasseraufbereitungssystem zur Vermeidung von PET-

Flaschen. Der neue HAILO Micro Garden zur Anzucht von frischen Sprossen. Für Schubkästen die OrganiQ Besteckteile, aus dem umweltverträglichen und recyclingfähigen Naturmaterial Hanf und Kenaf.

Olaf Nedorn, Smeg:

Beim Thema Klima- und Naturschutz setzt Smeg auf breiter Front an. Dafür haben wir für uns bereits vor einigen Jahren Nachhaltigkeits-Kennzahlen definiert und arbeiten daran, uns jedes Jahr zu verbessern. Nehmen wir zum Beispiel das Thema Verpackungen. Für die Kleingeräte verbannen wir derzeit schrittweise alles Plastik und steigen auf biologische Materialien um. Und statt Tonnen an Papier für Bedienungsanleitungen zu bedrucken, haben wir den Online-Abdruck von PDF-Dokumenten mittels QR-Code eingeführt.

Schon heute werden 95 Prozent unserer Abfälle entweder wiederverwendet oder recycelt. Und die in der Fertigung genutzte Elektrizität stammt zu 100 Prozent aus erneuerbaren Quellen. Zudem bauen wir unsere eigenen Photovoltaik-Anlagen an den Produktionsstandorten in Guastalla und Bonferraro weiter aus.

Aber auch die Tatsache, dass wir unsere Großgeräte ausschließlich in Italien fertigen, hilft, die Supply Chain schlank zu halten und damit Ressourcen für den Transport zu sparen.



Heidrun Brinkmeyer
Ballerina Küchen

Was ist Ihnen persönlich in der Pandemie klar geworden?

Soziale Kontakte sind

nicht selbstverständlich, aber für ein positives Wohlergehen notwendig.

Welche drei geschichtlichen Personen würden Sie zum Essen einladen?

Coco Chanel, Albert Einstein, Nelson Mandela.

In welcher Situation haben Sie in letzter Zeit Mut benötigt?

Ständig, wenn ich über meinen eigenen Schatten springe, um neue Wege und Veränderungen kennenzulernen.



Jens-Christoph Bidlingmaier
Bauknecht Hausgeräte

Was ist Ihnen persönlich in der Pandemie klar geworden?

Wir leben in einer globalen Gemeinschaft, die miteinander verbunden ist –

und in der Viren keine Landesgrenzen kennen. Außerdem hat die Pandemie gezeigt, dass Menschen äußerst flexibel und in der Lage sind, Herausforderungen (gemeinsam) zu meistern. Und drittens hat sich gezeigt, dass starke Teams auch bei veränderten Rahmenbedingungen fair, partnerschaftlich und zielführend zusammenarbeiten.

Welche drei geschichtlichen Personen würden Sie zum Essen einladen?

Zu einer illustren Runde würde ich den Humoristen Vicco von Bülow (alias Loriot) einladen, denn sein Weitblick für unsere

Kultur und Gesellschaft imponieren mir. Außerdem den Politiker Hans-Dietrich Genscher, der mit seinem diplomatischen Geschick immer daran arbeitete, Europa zu vereinen. Und dann würde ich noch Lady Di an den Tisch bitten.

In welcher Situation haben Sie in letzter Zeit Mut benötigt?

Beim Zubereiten eines Drei-Gänge-Menüs für acht Personen – es gab Kartoffelsuppe mit Nordseekrabben, Wiener Schnitzel mit Kartoffel-Gurken-Salat und als Nachtisch ein Himbeer-Soufflé.



Olaf Nedorn
Smeg

Was ist Ihnen persönlich in der Pandemie klar geworden?

Vieles von dem, was wir für selbstverständlich halten, ist nicht selbstverständlich – und unsere Welt ist nicht so kontrollier- und steuerbar, wie wir es gerne hätten.

Welche drei geschichtlichen Personen würden Sie zum Essen einladen?

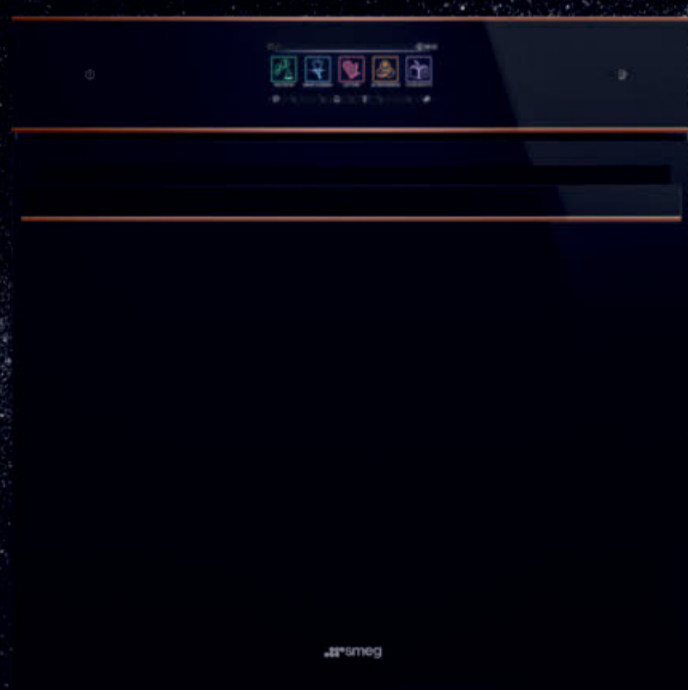
Ich hätte gerne Galileo Galilei getroffen: Seine Entdeckungen waren einfach bahnbrechend, deshalb haben wir auch unsere neue Backofengeneration nach ihm benannt. Zum Thema Strategie und Führung würde ich mich gerne tiefer mit Sun Tzu austauschen. Auch Steve Jobs dürfte am Tisch nicht fehlen – wegen seiner Passion zu disruptiver Innovation.

In welcher Situation haben Sie in letzter Zeit Mut benötigt?

Als wir 2020 in der Pandemie als Einzige auf Gut Böckel ausgestellt haben. Das war schon ein Risiko, aber die intensiven Gespräche dort haben mir gezeigt: Es war richtig und wichtig, sich trotz aller Hygiene-Einschränkungen persönlich zu treffen.

DIE NEUE BACKOFENGENERATION VON SMEG.
GALILEO MULTICOOKING TECHNOLOGY
DIE PERFEKTE VERBINDUNG AUS KLASSISCHEM BACKOFEN,
DAMPFGARER UND MIKROWELLE.

SMEG AUF GUT BÖCKEL



www.smeg.de



Triff uns auf
Gut Böckel!
17.-22.9.2022

PIEKS ME UP!

MIT 100% KREATIVITÄT KUNDEN GEWINNEN!

Jetzt nicht hinten runterfallen, sondern AUFFALLEN. Wir wissen wie – mit Kommunikation, die auf jeden Fall ankommt, auf dem richtigen Kanal, zur richtigen Zeit und mit der richtigen Botschaft.

Neugierig? Wir freuen uns auf Dich!

Wenn Du mehr über uns erfahren möchtest, folge uns auf Instagram oder LinkedIn.



miyu.de

MIYU
kreativ. digital. persönlich.



Keine Frage – es geht um Farbe: Auf mehr Farbe setzt Schöck sowohl bei seinem Spülenprogramm CRISTADUR® Green Line als auch bei den Armaturen, die Marketing- und Produktmanagerin Susanne Zeithöfler dem Fachpublikum im area30 vorstellt. Foto: Falko Wachendorf

Bunte Vielfalt im Home of Colourful

LÖHNE (jp). Er ist zweifellos wieder ein absoluter Blickfang: der Schöck Messestand im area30. Schon von weitem zieht er mit seinen knalligen Farben und dem Godfather of Punk, Iggy Pop, die Aufmerksamkeit der Messebesucher auf sich. Betritt man den Stand wird schnell deutlich, was hinter dem Messemotto „Home of Colourful“ steckt. Denn hier matchen mit der CRISTADUR® Green Line, die rund 99 Prozent aus natürlichen, nachwachsenden oder recy-

celten Rohstoffen bestehen, Nachhaltigkeit und Farbe. Neben Reinweiß, Schwarz oder Taupe hat Schöck die Serie um vier Farben erweitert: Dusk ergänzt die aktuelle Auswahl mit einem intensiven Dunkelgrau-Ton. Dieses Allround-Talent passt sich in verschiedenste Farbkonzepte und Einrichtungsstile ein – und sorgt zum Beispiel im skandinavischen oder Industrial-Style, in Kombination mit Hölzern oder Metall, für einen coolen Look.

Für noch mehr Farbe in der Küche sorgen die drei Töne Lavender, ein ruhiges Violett, das aufregende Akzente setzt – und sich stylish mit hellem Holz, Stein und schlichten Farben kombinieren lässt, Muscari, ein erfrischender Blautönen, mit dem sich vom Landhaus über maritim bis zu modern jeder Küchenstil aufwerten lässt, und Ivy, mit seinem intensiven Dunkelgrün an satte Wälder und Sträucher erinnert und wie in der Natur bestens zu Bee-

ren(-Tönen), Holz oder Weiß passt sowie zum Interiortrend Urban Jungle. Darüber hinaus hat Schöck die CRISTADUR® Green Line um eine neue Produktserie erweitert: Kiruna. Durch ihr zeitloses Design, gepaart mit den Green Colours, werten die Kiruna-Modelle große und kleine Küchen auf. Besonders im Unterbau wirken sie modern und edel zugleich, während die Farbvarianten eine individuelle Akzentuierung des Arbeitsbereiches ermöglichen.

Jungunternehmer-Lounge gibt Antworten

Frequenz. Kosten. Menschen.

DREIEICH (jp). In der vergangenen Woche hatte die MHK Group ihre Jungunternehmer wieder zu einer digitalen Jungunternehmer-Lounge eingeladen. Gesprächspartner waren Torsten Racky, Geschäftsführer der MHK-Digitalagentur MIYU, Markus Schomacker vom Küchenstudio proform sowie Adrian Krol und Angela Schwirtz von der MSH Consulting GmbH.

Nach der Eröffnung durch MHK-Expansionsmanager Markus Paul stand im ersten Block die Frage nach wirksamer Maßnahmen gegen die abnehmende Frequenz in den Fachgeschäften im Fokus. Hier hatte Torsten Racky drei klare Empfehlungen parat: „Erstens: Nutzt die Möglichkeiten des Online-Marketings.“ Insbesondere Google sei hier noch immer das Maß der Dinge. Tipp Nummer zwei: verstärktes Empfehlungsmarketing. Seine dritte Empfehlung lautete: „Inszeniert

euch und euer Unternehmen als regionale Marke und verbessert eure Kommunikation!“

Im zweiten Teil der Jungunternehmer-Lounge ging Markus Paul auf eines der wohl aktuell drängendsten Themen ein: die explodierenden Energiekosten und wie diese reduziert werden können.

So empfahl er diverse Einsparmaßnahmen im und am Gebäude. Zusammen mit nachhaltig gestalteten Ausstellungsköjen würden diese auch einen wichtigen Beitrag leisten, sich als nachhaltiges Studio zu etablieren.

An diesem Punkt setzte Markus Schomacker vom Küchenstudio proform an. Er appellierte an die Jungunternehmer, auch in Richtung Kunden einen aktiven und ehrlichen Umgang mit dem Thema „vorzuleben“. Darüber hinaus machte er noch einmal deutlich, wie wichtig es sei, die steigen-

den Preise sowohl in der Kalkulation als auch der Geschäftsplanung und dem Rohertrag zu berücksichtigen.

Um die Mitarbeiter drehte es sich schließlich im letzten Teil des Abends. „Die Mitarbeiterführung hat sich in den vergangenen Jahren stark verändert und ist deutlich komplexer geworden“, so Markus Paul.

Um die MHK-Gesellschaft fit zu machen, hat der Dreieicher Verband gemeinsam mit der MSH ein Fortbildungsangebot zur „Zertifizierten Führungskraft im Einzelhandel und Handwerk“ ausgearbeitet. Es wurde von Adrian Krol und Angela Schwirtz von der MSH Consulting GmbH vorgestellt. Insgesamt war es ein äußerst informativer Abend.

Das nächste MHK-Jungunternehmer treffen wird Ende Januar 2023 stattfinden – dann wieder als Präsenzveranstaltung.

Gebot: 250.000 Euro für „Supereinheiten“

WIESBADEN. Wertvolle Briefmarken, bekannt als „Die Supereinheiten“ aus dem Sammelgebiet Oldenburg, werden am 24. September mit einem Startangebot von 250.000 Euro versteigert. „Die Supereinheiten“ um-

fassen die komplette Markenausgabe von 1861 in unzertrennten Einheiten von jeweils sechs Marken.

Oldenburg hatte seinerzeit die Posthoheit über das eigene Gebiet. Auch eigene Postwertzeichen wurden

herausgegeben. Die nun angebotenen „Supereinheiten“ unterscheiden sich in der Qualität von den Vorgängern, berichtete Dietrich Michelson, Geschäftsführer des Auktionshauses Heinrich Köhler.

Häcker
kitchen.germanMade.



NO LIMITS
— Unbegrenzte
— Möglichkeiten

HAUSMESSE

17. SEPTEMBER – 23. SEPTEMBER

Werkstraße 3 | 32289 Röttinghausen



Erfahren Sie mehr über Häcker Küchen

www.haecker-kuechen.com



#Top3inEurope
Europe lo♥es Beko.



Euromonitor International Limited;
Haushaltsgroßgeräte gemäß Hausgeräte 2022, nach Absatzvolumen,
Daten aus 2021.

Besuchen Sie uns auf Gut Böckel!

beko.com/de-de

beko



Bestens gelaunt: das MIYU-Team in einer der wenigen Ruhepausen auf Gut Böckel.

Foto: Ralf Reinemann

Neue Digitalagentur präsentiert sich auf Gut Böckel

MIYU erstmals auf der Messe

RÖDINGHAUSEN/DREIEICH (tw). Nicht nur eine Fülle von neuen Küchenmöbeln, Elektrogeräten und Zubehör gibt es auf der Herbstmesse zu entdecken, auch die Digitalagentur MIYU präsentiert sich hier zum ersten Mal einem großen Publikum. Doch ganz neu ist die Truppe nicht, vielmehr handelt es sich bei MIYU um die Fusion der Werbeagentur infotext mit dem Onlinespezialisten macrocom.

Das Wort MIYU stammt aus dem Japanischen. „mi“ bedeutet Schönheit, Geist, Seele und Herz. „yu“ wird mit vorzüglich, exzellent oder ausgezeichnet übersetzt. Darüber hinaus klingt im Namen die Philosophie

der neuen Digitalagentur mit, denn phonetisch vereint MIYU die beiden englischen Pronomen me und you. Und genau darum geht es dem knapp 50-köpfigen Team: um die persönliche Beziehung zu seinen Kunden.

Mit Wurzeln in der MHK Group kennt das MIYU-Team wie kaum eine andere Kommunikationsagentur die Anforderungen, vor denen Handel und Handwerk stehen. So setzen die erfahrenen On- und Offline-Profis bei der Kampagnenentwicklung – bei der der kommunikative Mehrwert ebenso im Vordergrund steht wie individuelle, auf die Bedürfnisse ihrer Kunden

den zugeschnittene Lösungen und eine nachhaltig erfolgreiche Positionierung in den jeweiligen Zielgruppen – nicht nur auf Daten, Plattformen und moderne Technologien, sondern vor allem auf den persönlichen Austausch. Alles zusammen bildet die Basis für eine individuelle Strategie, aus der kreative Produkte und Kommunikationskonzepte entwickelt werden. Auch bei der Umsetzung über alle Produktsegmente hinweg gehen die erfahrenen Spezialisten mit viel Kreativität, Leidenschaft, Know-how und der Extrameile an die Umsetzung. Getreu ihrem Slogan: Kreativ. Digital. Persönlich.

Davon können sich die Fachbesucher noch bis Donnerstag im Roggenhaus auf Gut Böckel überzeugen. „Dieser Tage stehen natürlich für alle die spannenden Produktneuheiten im Vordergrund“, betont MIYU-Geschäftsführer Torsten Racky. „Wir zeigen den Unternehmern darüber hinaus, wie sie sowohl die Produkte, als auch sich selbst als Marke inszenieren und so für mehr Frequenz sorgen.“

Im Gepäck hat das Kreativteam außerdem effiziente E-Recruiting Maßnahmen, aufmerksamkeitsstarke Kommunikations-Strategien und Tipps zum gezielten Suchmaschinenmarketing.

Blick in die Glaskugel

Der Zukunft mit Stärke begegnen

Nach jahrelangem Aufschwung ist der Blick nach vorne von Unsicherheit geprägt. Doch worauf kommt es an. Die MHK Welt hat sich umgehört.

Die Küchenbranche hat in den letzten eineinhalb Jahrzehnten einen steten Aufschwung erfahren und gehörte auch zu den Krisengewinnern in der Pandemie. Wie schätzen Sie die Zukunft für Ihr Unternehmen ein?

Manfred Staubach, Sagemüller & Rohrer GmbH:

Unser Unternehmen ist gut aufgestellt. Mit unserem zur Messe erschienenen Katalog bieten wir aktuellste Ware und viele neue Zubehör-Spezialitäten, mit denen sich die Küchenplanenden von ihrem Wettbewerb abheben können.

Deshalb sind wir gelassen und sehen der Zukunft – auch mit insgesamt sicherlich etwas ungünstigeren Rahmenbedingungen – optimistisch entgegen.

Gerade der mittelständische Fachhandel hat sich in schwierigeren Zeiten immer gut behauptet, und da unser Kundenkreis sich hauptsächlich aus familiengeführten Studios zusammensetzt, können wir davon ausgehen, dass diese ihre Segel auch in stürmischeren Zeiten richtig setzen werden.

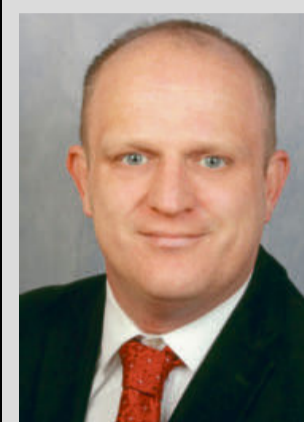
Wir haben die Weichen auf Erfolg gestellt.

Arjan van Dijk, Novy:

Für uns ist Innovation der Motor für Wachstum – siehe unsere vielen Neuheiten in den letzten Jahren, wie

auch unsere Novy-Leuchten dieses Jahr.

Solange wir weiterhin die richtigen Technologien entwickeln, können wir als westeuropäische Manufaktur ein absoluter Mehrwert für unsere Kunden sein!



Arjan van Dijk
Novy

Was ist Ihnen persönlich in der Pandemie klar geworden?

Dass nichts im Leben selbstverständlich ist. Erstaunlich finde ich, wie schnell der Mensch sich anpasst, privat und beruflich. Ich denke dabei auch an die vielen Video-Meetings. Onlinekontakte bleiben eine sehr nützliche Unterstützung, aber wir freuen uns sehr darüber, unsere Kunden wieder besuchen können und

unsere Neuheiten auf der Area 30 persönlich zu präsentieren:

Welche drei geschichtlichen Personen würden Sie zum Essen einladen?

Mahatma Ghandi: Als Weltveränderer muss er dabei sein.

Stephen King: Mit so einer Fantasie wird es bestimmt zu denkwürdigen Gesprächen führen.

Johan Cruyff: Als Holländer und Fußball-Fan darf er nicht fehlen, darüber hinaus hat er sehr viele Ansichten, die mich wirklich interessieren.

Mit diesen drei Personen wird ein Essen wahrscheinlich nicht reichen.

In welcher Situation haben Sie in letzter Zeit Mut benötigt?

Für meine Hochzeit im Juli 2021. Damals konnten wir nicht groß feiern, doch das haben wir diesen Sommer richtig gut nachgeholt.



Bronze für Basketballer

BERLIN. Krönung einer mitreißenden Turnierleistung: Deutschland hat sich bei der Basketball-EM in einem packenden Spiel die Bronzemedaille gesichert. Im Spiel um Platz drei am Sonntag in Berlin setzte sich das DBB-Team in einem umkämpften Match mit 82:69 (36:23) gegen die Überraschungsmannschaft Polen durch. Es ist der größte Erfolg für den deutschen Basketball seit 2005, damals gewann das Team EM-Silber.

Alarm: Riesenschnecken

DÜSSELDORF. Die Schleimspur einer 20 Zentimeter großen Riesenschnecke hat den Zoll im Düsseldorf Flughafen zu weiteren 92 Artgenossen geführt. Die Zollner hätten die enorm große Schnecke zunächst für ein Spielzeug gehalten - bis sie sich bewegt habe. „Ihre Spur führte zu einem Loch in einem Gepäckstück aus Nigeria, aus dem schon der Kopf einer zweiten Riesenschnecke ragte“, sagte ein Zollsprecher.



Manfred Staubach
Sagemüller & Rohrer

Was ist Ihnen persönlich in der Pandemie klar geworden?

Ich habe gesehen, dass unsere Wirtschaft extrem schnell wandlungsfähig und anpassungsfähig ist. In Windeseile wurden Homeoffice-Arbeitsplätze in einer unglaublichen Vielzahl geschaffen, und

Strukturen funktionierten auch ohne tägliche Anwesenheit im Büro. Mit diesen hat sich die Arbeitswelt nachhaltig für unsere Zukunft verändert.

Videokonferenzen ersparen uns künftige Reisen. Aber eine klare Erkenntnis meinerseits ist auch, dass der persönliche Kontakt zwischen den Menschen – insbesondere im Verkauf – nicht durch eine Videoschleife ersetzt werden kann.

Welche drei geschichtlichen Personen würden Sie zum Essen einladen?

Karl der Große hat mir schon immer imponiert. Er ist früh einer der Baumeister Europas gewesen. Winston Churchill wäre bestimmt ein launiger Gesprächspartner mit Esprit und hintergründigem Hu-

mor. Und zu guter Letzt Helmut Schmidt. Ein Macher, der immer gesagt hat, was er denkt und seine Überzeugungen auch in Taten umsetzte.

In welcher Situation haben Sie in letzter Zeit Mut benötigt?

Wir haben Führungsstrukturen verändert und sind von einem patriarchalischen geprägten Unternehmensstil zu einer teamorientierten, verjüngten Führungsriege übergegangen. Das war für mich ein bedeutender Schritt. Mit dem Führungs-Duo Michael Molitor und Claudia Staubach sowie dem Vertriebsleiter Jörg Doleschel haben wir eine sehr gute Truppe. Mittlerweile frage ich mich, warum ich das nicht schon früher so gemacht habe.



Die neuen Dampfbacköfen von Bosch.

Mit den innovativen Dampfbacköfen geht gesünder Kochen jetzt noch einfacher und schneller! Die Dampf-Funktion Plus beispielsweise gart Lebensmittel bei bis zu 120°C. So lassen sich Gerichte nicht nur schneller, sondern auch schonender und gesünder zubereiten.

Mehr bei Deinem accent line Partner oder unter www.bosch-home.com/de/produkte/neuheiten

Technik fürs Leben



Julia Oppel und Annette Schumacher sind begeistert vom sinnlichen Erlebnis, das Botanical Set-Designerin Valentina Teintzer vom Studio De Pasquale für die neue next125 Werbekampagne umgesetzt hat. Foto: Falko Wachendörfer

Zuhause wohlfühlen mit Schüller

LÖHNE (tw). Sie ist nicht zu übersehen: die Brezel, die alle Besucher zu Beginn der Ausstellung im house4kitchen begrüßt. „at home with Schüller“ steht da und die Bedeutung ist klar: Hier geht es um Wohnen „made in Germany“. Um Möbel, in denen man sich zuhause fühlt. Entsprechend entspannt ist die Stimmung. Die Franken zeigen sich erleichtert, dass nach den Einschränkungen der letzten Jahre wieder ein spontaner Austausch möglich ist. Neben einigen Neuheiten steht die Ausstellung im Zeichen von Produktverbesserungen.

In Sachen Fronten setzt die neue Kollektion auf haptisch interessante Oberflächen. Hierzu zählt das neue Programm SMARTGLAS MATT, das der Nachfrage nach matten Fronten in filigraner Verarbeitung Tribut zollt. Gefertigt in polymerem Glas ist es in fünf Farben erhältlich. Ein Highlight und ganz neu im Portfolio von Schüller ist der Schichtstoff SensiQ. Das samtweiche Material ähnelt Mattlack und weist spezielle Antifingerprint-Eigenschaften auf. Überdies kann die Farbe der Arbeitsplatte an die Farbe der Fronten angepasst werden. Auch die Far-

be Weiß ist und bleibt ein Thema in der Küche. Neu bei Schüller ist die Farbe Mischelweiß als moderne Variante von Magnolia. Über die Jahre hinweg hat Schüller den Country Style kontinuierlich ausgebaut und als zeitgemäße Interpretation des Landhausstils etabliert. Dafür wurden in einer Studie die wichtigsten Merkmale der unterschiedlichen Landhausstile herausgearbeitet und neu interpretiert. Ganz dem Trend zur skandinavischen Wohnkultur folgend entstand eine Landhausküche, die gerade beim jungen Publikum Anklang findet.

Auch in diesem Jahr zeigt Schüller mit seinen beiden Produktlinien wieder eindrucksvoll, dass Küchenmöbel im gesamten Wohnbereich zum Einsatz kommen können. Das Thema Hauswirtschaftsraum spielt in der Ausstellung weiterhin eine große Rolle, ebenso Flur und Garderobe. Die Küche gibt sich offen, verschmilzt mit dem Wohnraum, schafft Platz für das nach wie vor wichtige Thema Homeoffice. Farben und Materialien werden in verschiedenen Wohnbereichen wiederaufgenommen und schaffen so ein harmonisches Gesamtkonzept.

Finanzierungsbereitschaft steigt kräftig Frischer Wind in den Ausstellungen

RÖDINGHAUSEN/DREIEICH (jp). Im Juni vermeldete die Deutsche Gesellschaft für Konsumforschung für das Konsumklima einen neuen historischen Tiefstand. Die Verbraucherstimmung der Deutschen hat sich deutlich verschlechtert und setzt die Talfahrt der letzten Monate fort.

Insbesondere die Furcht vor deutlich höheren Energiekosten zwingt viele Haushalte zur Vorsorge und dazu, Geld für zukünftige Energierechnungen auf die Seite zu legen.

Eine Entwicklung, die in der Küchenbranche mit großer Sorge beobachtet und aktuell in vielen Gesprächen zwischen Industrie und Handel diskutiert wird. „Aber es gibt noch andere Zahlen, die aufhorchen lassen sollten“, weiß CRONBANK-Finanzkaufexperte Ralf Allig: „Der Konsumkredit-Index.“ Zwar bestätigt er für 2022/2023 den aktuell schon spürbaren Trend, dass die Nachfrage bei Küchen und Möbeln zurückgehen wird (die Anschaffungsplanung sinkt von 79 auf 69 Indexpunkte), aber – und das ist die gute Nachricht – die Bereitschaft beziehungsweise der Wunsch zur Finanzierung stieg nach 136

Punkten im vergangenen Jahr auf gigantische 199 Punkte. „Das heißt, die Kunden wollen ganz offensichtlich Finanzierungen in Anspruch nehmen, wenn sie Küchen und Möbel kaufen“, so Ralf Allig. Die CRONBANK unterstützt den Fachhandel hier mit verschiedenen Angeboten, wie die speziell für MKH Gesellschafter geschnürte Messeaktion „Frischer Wind“, die den Abverkauf von Musterküchen unterstützen und so Platz für die Messeneuheiten schaffen soll.

„Der Finanzkauf unterstützt aber nicht nur den Abverkauf, er hilft dem Fachhandel auch dabei, neue Kundengruppen zu erschließen und die Kaufentscheidung durch kleine Monatsraten zu verstärken“, erläutert Ralf Allig. Ein weiterer Vorteil sei die Tatsache, dass die CRONBANK die Kaufsumme direkt nach Vertragsabschluss an den Händler überweist und damit ein Stückweit die Liquidität sichert.

Noch bis Donnerstag können sich Fachbesucher im Roggenhaus auf Gut Böckel über die Finanzierungsangebote der CRONBANK und viele weitere Lösungen informieren.

Staatsbegräbnis – mit Sicherheit

LONDON. Vor dem historischen Staatsbegräbnis von Queen Elizabeth II. am Montag haben sich noch einmal tausende Menschen in die wohl bekannteste Warteschlange der Welt eingereiht. Den Staatsakt begleitet eine der größten Sicherheitsoperationen, die die Hauptstadt je erlebt hat. Mehr als 10.000 Mitglieder des britischen Militärs sollen im Einsatz sein.

Impressum

Herausgeber + Verlag

Westfalen-Blatt
Vereinigte Zeitungsverlage
GmbH und Co. KG
Sudbrackstraße 14
33611 Bielefeld

für
MHK Group
Hans-Strothoff-Platz 1
63303 Dreieich

Redaktion
Kirk Mangels (v.i.S.d.P.)
Jacqueline Paulick
Trine Wittendorf
Falko Wachendörfer
Yvonne Karges
Kristina Kahlert
Andrea Roderfeld
Stefan Schütt

Alle Rechte vorbehalten,
Nachdruck nur mit vorheriger
Einwilligung des Verleges,
Anzeigen und Beilagen
politischen Aussageinhaltes
stellen allein die Meinung
der dort erkennbaren Auf-
traggeber dar.



Nachhaltigkeit bedeutet auch weniger Food Waste, erläutert Alf Dambrowsky. Foto: Falko Wachendörfer

AEG zeigt sich in Löhne innovativ

LÖHNE (tw). Verhalten optimistisch ist die Stimmung in diesem Herbst bei AEG. Man sei „sehr lieferfähig“, heißt es bei Gesprächen auf der Messe, doch Lieferengpässe sind natürlich auch hier ein Thema. Statt Trübsal zu blasen, blickt AEG in die Zukunft und gibt im Kitchen Center Löhne einen Vorschmack auf neue Küchentrends.

In Sachen Design hat AEG eine klare Richtung eingeschlagen: Matt-Schwarz ist das neue Edelstahl, heißt die Devise.

Die Mattblack Range umfasst Kühlschränke, Backöfen, Wandhauben, Kleingeräte und das Trendgerät des Jahre 2022: den Weinkühlschrank. Statt Lack kommt Glas in Premium-Haptik zum Einsatz, jetzt auch in der 7er und 8er Baureihe.

Nachhaltigkeit, der Schutz von Umwelt und Ressourcen – all das ist bei AEG bereits seit den 1980er-Jahren ein großes Thema. Früh wurde erkannt, dass es gerade in der Küche enormes Energie-sparpotenzial gibt. Zu den Neuerungen, die derzeit auf der Messe gezeigt werden, gehören Kühlschränke, in denen Lebensmittel dank Null-Grad-Zone bis zu dreimal länger halten. Optimierte Luftzirkulation und Cold-Sense-Technologie sorgen für bis zu 20% weniger Lebensmittelverschwendung.

Bei der Zubereitung setzt AEG weiterhin auf Dampfgaren und zeigt sich auf der Messe sicher, dass diese Methode in wenigen Jahren absoluter Standard sein wird. Sie ist energiesparend und so manche Reste, die sonst den Weg in den Müll

gefunden hätten, lassen sich damit wieder aufwärmen. Ein Schritt näher am Ziel „Zero Waste“.

Ein großer Wasser- und Stromfresser ist der Geschirrspüler. Daher hat AEG Geräte entwickelt, die genau den Verbrauch der einzelnen Programme anzeigen. Denn hier gilt: Je kürzer das Programm läuft, desto mehr Energie wird benötigt, damit das Geschirr sauber wird.

Gleiches gilt für Waschmaschinen, die AEG jetzt mit einem speziellen Dampfprogramm anbietet: Auffrischen statt Waschen und damit wertvolles Wasser sparen. Eine absolute Neuheit ist der AEG Mikroplastikfilter, der verhindert, dass beim Waschen freigesetzte Mikrofasern in das Abwasser gelangen.

In ganz neuem Look

CARAT mit modernisiertem Corporate Design

RÖDINGHAUSEN (kk). Die MHK-Tochter CARAT ist bekannt für ihre innovative Küchenplanungssoftware. Und auch in diesem Jahr kann sich das nationale und internationale Fachpublikum der Herbstmesse wieder auf zahlreiche Produktentwicklungen und Neuheiten freuen. Aber der Besuch auf Gut Böckel in Rödinghausen, der Messeheimat von CARAT, lohnt sich noch aus einem ganz anderen Grund: Das Dreiecker Unternehmen präsentiert sich im ganz neuen Look und zeigt erstmals sein neues Corporate Design.

„Nach über 30 Jahren wurde es höchste Zeit für einen Refresh“, schmunzelt Andreas Günther, der als CARAT-Geschäftsführer unter anderem für den Bereich Marketing verantwortlich ist. Gleich auf den ersten Blick fällt auf: Das Design ist frisch, modern, geradlinig. Die Primärfarben, der dunkle Blauton, kombiniert mit leuchtendem Grün, bilden eine aufmerksamkeitsstarke Kombination. Natürlich fiel die Wahl nicht von ungefähr auf diese beiden Farbtöne. Günther erklärt: „Während Blau für Gelassenheit, Stabilität und Verantwortung steht, symbolisiert Grün Wachstum und Erneuerung. Genau die Werte und Ansprüche, die unser Handeln tagtäglich prägen.“



Der CARAT-Relaunch verleiht mit seinen frischen Farben auch dem alten Gemäuer des Roggenhauses ein modernes Ambiente. Den Besuchern gefällt's ebenso wie die Neuheiten. Foto: Falko Wachendörfer

Beim Makeover wurde, mit tatkräftiger Unterstützung der Werbeagentur MIYU, alles angepackt: vom Unternehmenslogo über die Produktlogos und Geschäftspapiere bis hin zu Werbemitteln wie Kugelschreiber, Einkaufstaschen und Powerbanks. Auch die Webseite carat.de wurde einem kompletten Relaunch unterzogen. Dank der neuen Farb- und Bildwelt ist der Onlineauftritt optisch sehr viel moderner, großzügiger

und emotionaler als sein Vorgänger. Auch inhaltlich wurde die Seite komplett überarbeitet. Zum Start finden sich alle Fokusprodukte wieder, spezifischere und beratungsintensivere Produkte folgen im Livebetrieb. Für mehr Nutzerkomfort sorgen der übersichtliche Seitenaufbau, prägnante Kontaktmöglichkeiten sowie übersichtliche Bestellformulare. Gemeinsam mit der deutschen Seite sind im ersten Schritt die englische,

französische und niederländische Sprachversion online gegangen.

„Mit unserem modernisierten Corporate Design sind wir bestens für die Zukunft ausgerichtet und werden unserem Image als agile Softwareschmiede deutlich gerechter“, so Andreas Günther begeistert. Davon können sich Messebesucher noch bis einschließlich Donnerstag live vor Ort im Roggenhaus auf Gut Böckel selbst überzeugen.

COMPAIR PRIME flow®

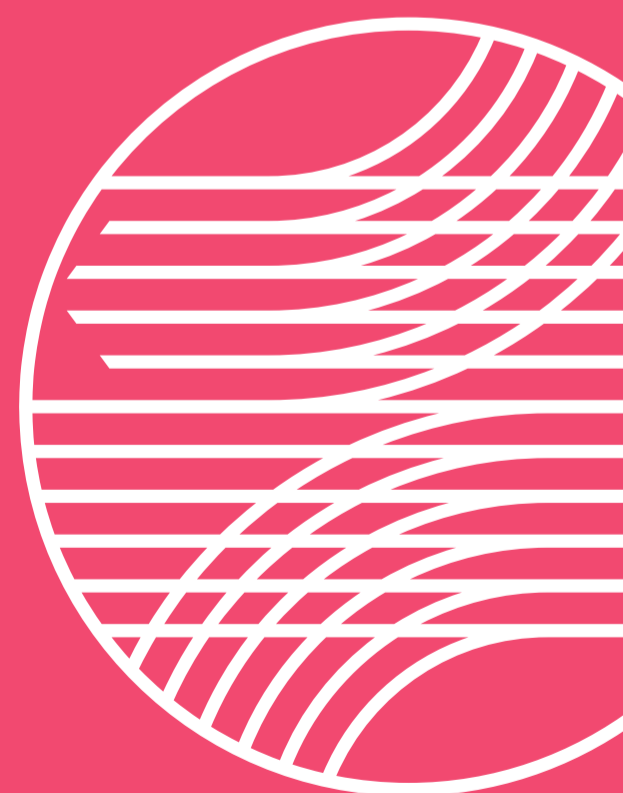


naber.com



Naber®

Quantensprung der Lüftungstechnik!



a area 30

Stand H 21