

### Das Wetter heute



Es ist zumeist sonnig und bleibt trocken. Die Höchsttemperatur liegt bei 16 Grad.

### Klares Ziel: das Finale

**FRANKFURT.** DFB-Direktor Oliver Bierhoff hat exakt zwei Monate vor Beginn der Fußball-Weltmeisterschaft mehrere Elemente benannt, die ihn für ein erfolgreiches Turnier der deutschen Nationalmannschaft in Katar zuversichtlich stimmen. „Mentalität, Qualität der Spieler und ein Toptrainer machen mir Hoffnung“, sagte Bierhoff vor den anstehenden Nations-League-Spielen gegen Ungarn und England. Der 54-Jährige sieht die DFB-Auswahl nach einem Jahr unter Hansi Flick auf „einem guten Weg“, der mit der Rückkehr an die Weltspitze enden soll. „Was wir uns wünschen, ist klar, am 18. Dezember im Finale zu stehen.“

### Handballfans reisen ungern

**DÜSSELDORF.** Der Europäische Handball-Verband (EHF) hofft bei der EM 2024 in Deutschland auf deutlich mehr Fans aus dem Ausland. „Wir haben das Ziel, dass Europameisterschaften keine Heimveranstaltungen sind und nicht nur ein Fest für den Gastgeber, sondern eine internationale Sportveranstaltung“, sagte EHF-Generalsekretär Martin Hausleitner. „Wir wollen das Bild bunter gestalten.“ Deshalb habe man unter anderem Partnerschaften mit Reisebüros aufgenommen. „Dinge, die im Fußball automatisch sind, müssen wir noch initiieren. Der Handball-Fan, so Hausleitner, „ist nicht gewohnt zu reisen.“

### MHK Welt 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](http://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.

Die Branche lässt sich die Laune nicht vermiesen

## Mit guter Stimmung in den Jahresendspurt

Von Kirk Mangels

Auch wenn wir ja gerade erst Messehalbezeit haben, darf man sicherlich schon einmal ein erstes Fazit über die erste Nach-Corona Küchenmeile wagen. Dieses fällt mit nur sehr wenigen Abstrichen äußerst positiv aus. Auch wenn es natürlich ein kritisches Grundrauschen rund um die aktuelle politische und wirtschaftliche Situation gibt, herrscht trotzdem eine vielleicht sogar kämpferische Aufbruchstimmung, frei nach dem Motto: Ja, wir können nicht alle Rahmenbedingungen bestimmen, aber: Wir können wenigstens unsere Hausaufgaben optimal machen. Und so ist es kein Wunder, dass die Frequenzen in den verschiedenen Ausstellungen das Vor-Corona-Niveau bis auf wenige Ausnahmen wieder erreicht haben.

Dies führt sowohl zu Zufriedenheit bei Ausstellern, als auch beim Handel. Dabei hilft natürlich der Blick zurück auf die guten ersten acht Monate des Jahres 2022 und einen noch immer sehr vernünftigen Auftragsbestand. Von vielen Seiten hört man, dass die Frequenz in den heimischen Geschäften zwar deutlich nachgelassen hat, dass man bei den verbleibenden Kunden aber eine sehr hohe Abschlussquote für sehr gut ausgestattete Küchen erreichen könne. Ein Grund zum Trübsal blasen wäre das (noch) nicht. Mit Blick auf die Zukunft herrscht dann eher Schulterzucken. Panik gibt es, auch durch die breite Brust der Vergangenheit, nicht. Und das ist gut so. Hatte Werner Heilos auf dem MHK Branchenabend noch ganz bewusst dazu aufgerufen, jetzt mutig zu handeln, scheint dieses schon heute die Haltung der



„Quo Vadis Küchenbranche“? Das Messesfazit kannte bei den Ausstellern auf Gut Böckel zur Messehalbezeit nur eine Richtung: sehr positiv!

Foto: Falko Wachendorfer

gesamten Branche zu sein. Mit einem kleinen Augenzwinkern scheint sogar das Wetter vorleben zu wollen, wie sich die Krisenszenarien in der Vergangenheit und auch in Zukunft verhalten könnten. Ausblick und Prognose sind katastrophal und dann kommt es doch deutlich weniger schlimm als erwartet. Der Montag war hierfür ein schönes Beispiel: Regen war für den ganzen Tag angesagt. Und bis auf wenige Ausnahmen war es dann doch trocken. Zwischen durch schaute sogar mal die

Sonne raus. Sicherlich wird unsere Branche nicht wie bei COVID sogar Krisengewinne einfahren können, aber die Hoffnung ist sehr groß, dass es dann doch längst nicht so schlimm kommt, wie es die Horrorszenarien an die Wand malen. Erstmalig war die MHK Group in diesem Jahr am neuen Standort auf Gut Böckel zu Hause – eine goldrichtige Entscheidung. Die Stimmen der begeisterten Handelspartner reichten von „endlich habt ihr einen Standort, der auch Euer

Marktstellung entspricht“ bis hin zu „Klasse: ein perfekter Ort, um bei Freunden während eines langen Messetages einzukehren“. Und auch bei den MHK-Dienstleistern CARAT, Cronbank, Garantiedatenbank und MIYU im Roggenhaus kann man sich die Bälle perfekt hin und her spielen. Unisono herrscht das Zwischenfazit, dass es einfach ein schönes Gefühl ist, wenn man den Eindruck hat, dass man die Bedürfnisse der eigenen Klientel mit den eigenen Produkten optimal erreicht.

Am Schönsten ist allerdings, dass man sich endlich wiedersehen, die Hände schütteln und sich umarmen kann. Dass es wieder ein zurück-zur-Normalität gibt. Und das allen Unkenrufen zum Trotz, die meinten, dass wir uns nie wieder so begegnen würden wie vor Corona. Und da braucht man gar nicht nach München aufs Oktoberfest zu schauen. Alleine hier auf den Messeständen und auf den diversen Messепarties – allen voran dem MHK Branchenabend – ist kein Unterschied zu früher zu erken-

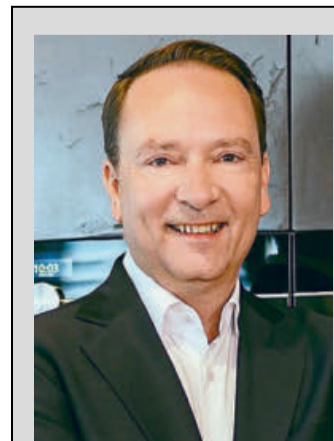
nen. Wunderbar, denn schon alleine das sorgt für viele gut gelaunte und vergnügte Gesichter und eine rundum gute Stimmung. Bei allem technischen Fortschritt: Teams und Zoom sind tolle Werkzeuge, aber sie können die persönliche Begegnung nicht ersetzen. Wenn wir diese Grundstimmung mit in den Herbst nehmen, dann muss uns vor den Herausforderungen auch nicht bange sein. Die Küchenbranche ist eine Branche auf die man vollkommen zurecht stolz sein kann.

Die Küchenbranche schaut mit „Respekt“ optimistisch in die Zukunft

## „Langfristig auf dem richtigen Weg!“

Eine gute Messe beflügelt auch den Zukunftsblick. Wir haben nachgehakt, wie Persönlichkeiten der Branche eben diese bewerten:

*Die Küchenbranche hat in den letzten eineinhalb Jahrzehnten einen steten Aufschwung erfahren und gehörte auch zu den Krisengewinnern in der Pan-*



Michael Mehnert  
Siemens Hausgeräte

Was ist Ihnen persönlich in der Pandemie klar geworden?

*demie. Wie schätzen Sie die Zukunft für Ihr Unternehmen ein?*

**Michael Mehnert, Siemens Hausgeräte Deutschland:**

Das kommt sicher darauf an, wie weit wir in die Zukunft schauen. Aktuell haben wir es ganz klar mit schwierigen Rahmenbedingungen zu tun. Daher wird

Durch Homeoffice und die Lockdowns hat sich gezeigt, wie wichtig und wohltuend es ist, eine Familie und ein Zuhause zu haben in denen man sich wohl und geborgen fühlt. Wenn das stimmt, dann lässt sich vieles aushalten.

Welche drei geschichtlichen Personen würden Sie zum Essen einladen?

Ganz klar: Nelson Mandela, Uwe Seeler und Albert Einstein. Ich fände interessant zu erfahren, ob sie, mit dem Wissen von heute ausgestattet, ihr Leben nochmal genauso le-

sich der Aufwärtstrend der letzten Jahre höchstwahrscheinlich weiter abschwächen.

Gleichzeitig sind wir aber langfristig mit unserer Marke auf genau dem richtigen Weg. Gerade eben haben wir einen neuen Trendreport mit dem Zukunftsinstitut herausgegeben, der bestätigt: Menschen suchen ganz

ben würden und dieselben Entscheidungen treffen. Und Uwe Seeler wollte ich schon immer mal fragen, wie er es geschafft hat, bei all dem Ruhm so wunderbar bodenständig zu bleiben.

In welcher Situation haben Sie in letzter Zeit Mut benötigt?

Entscheidungen treffe ich beruflich wie privat selten alleine. Das verteilt die Last in schwierigen Fällen auf viele Schultern. So war ich froh die notwendigen Maßnahmen zum Start.

bewusst nach Produkten und Services, die echte Mehrwerte für den Einzelnen, die Gesellschaft und die Umwelt bereithalten. Dabei steht das Zuhause auch in Zukunft im Fokus. Denn in unserer derzeit als unsicher und wechselhaft erlebten Welt haben die eigenen vier Wände große Bedeutung. Sie bleiben der wichtigste Rückzugs- und Wohlfühlort der Deutschen und das befeuert den Wunsch nach hochwertigen, langlebigen und nachhaltigen Produkten, wie es Siemens Hausgeräte sind.

**Melanie Thomann-Bopp, Nolte:**

Wir sind als „beliebteste Küchenmarke Deutschlands“ gut aufgestellt und haben noch viele Ideen, wie wir weiter wachsen und die Customer Journey für Händler und Kunden noch besser gestalten können. Auch wenn die Aufträge nun im Vergleich zu den letzten zwei Jahren mengenmäßig zurückgehen werden, blicken wir mit Respekt aber auch positiv in die Zukunft.



Melanie Thomann-Bopp  
Nolte

Was ist Ihnen persönlich in der Pandemie klar geworden?

Dass Menschen in Krisensituationen enorme Energie freisetzen können und dann schnell und unbürokratisch gute Lösungen entwickeln können. Weiterhin hat in meinen Augen die Pandemie gezeigt, dass wir als Unternehmen gefordert sind und nur profitieren,

wenn wir uns auch branchenübergreifend austauschen.

Welche drei geschichtlichen Personen würden Sie zum Essen einladen?

Angela Merkel, die immer mit Rückgrat und Stärke in schwierigen Situationen agiert hat. Udo Jürgens als faszinierender Entertainer, der immer den Zeitgeist verstanden hat. Und einen der vielen tollen Unternehmerpersönlichkeiten aus Deutschland.

In welcher Situation haben Sie in letzter Zeit Mut benötigt?

Meinem ältesten Sohn mit neun Jahren das Vertrauen zu schenken, dass er langsam eigenständig wird. Beruflich: Gegen den Trend den Umbau eines Verwaltungsgebäudes inklusive Bistro umzusetzen.

Wege aus dem Fachkräftemangel

# Mitarbeitersuche wird digital

**RÖDINGHAUSEN/DREIEICH** (tw). So herausfordernd wie heute war die Suche nach geeigneten Mitarbeitern noch nie. In fast allen Branchen – nicht zuletzt im Handwerk – herrscht akuter Fachkräftemangel. Das liegt zum einen am demografischen Wandel, zum anderen auch daran, dass sich während der Pandemie viele Menschen beruflich neu orientiert haben.

Die Zeiten, in denen sich Unternehmen unter einer großen Anzahl von Bewerbern die besten aussuchen konnten, scheinen vorbei zu sein. Eine Stellenanzeige in einer Tageszeitung oder auf einer Online-Jobbörse genügt schon lange nicht mehr. Wer auf der Suche nach neuen Mitarbeitern ist, muss auf verschiedenen Kanälen präsent sein – Stichwort E-Recruiting.

Für die Digitalagentur MIYU, entstanden aus dem Zusammenschluss der Werbeagentur info-text und dem Onlinespezialisten macrocom, steht das Thema E-Recruiting ganz oben auf der Agenda.

Geschäftsführer Torsten Racky erklärt: „Umständliche Bewerbungsprozesse, langatmige Anschreiben und Bewerbungsmappen funktionieren heute nicht mehr. Geeignete Kandidaten findet man in Social Media und überzeugt sie mit authentischen Inhalten und guten Argumenten.“

Im Roggenhaus auf Gut Böckel präsentiert MIYU Ideen und zeitgemäße Lösungen rund um das Thema E-Recruiting. Die Maßnahmen werden individuell auf offene Stellenangebote zugeschnitten, sodass aufmerksamkeitsstark direkt

auf Social Media nach den passenden Mitarbeitenden gesucht werden kann. Dabei gilt es, niedrigschwellige Angebote zu schaffen, die das Interesse der Zielgruppe, also Menschen, die in der jeweiligen Branche auf Jobsuche sind, weckt.

Der Einsatz lohnt sich: Unternehmen, die heute nicht auf E-Recruiting setzen, gelten in den Augen vieler bereits als nicht zeitgemäß. Und von einem schnellen und unkomplizierten Bewerbungsprozess profitieren letztendlich beide Seiten: Arbeitgeber und Arbeitnehmer.

Eine gelungene E-Recruiting-Kampagne spricht die richtigen potenziellen Mitarbeiter an, ermöglicht eine schnelle Kontaktaufnahme und kann nicht nur Zeit, sondern auch Kosten sparen.



Diana Diefenbach (Samsung) präsentiert die neuen Farben der Bespoke-Backöfen. Damit lässt sich das Design der Küchen noch individueller gestalten und sieht in Kombination mit der richtigen Pflege einfach perfekt aus. Foto: Falko Wachendörfer

MHK-Eigenmarken putzen sich heraus

# Küchenglantz wie am ersten Tag

**RÖDINGHAUSEN/DREIEICH** (tw). Es glänzt und funkelt. Ob Möbelfront oder Einbaugerät, fast überall kann man so ganz nebenbei auch einen prüfenden Blick auf sein Äußeres werfen und das, obwohl zahlreiche Hände zugleich immer auch die Haptik prüfen. Damit jede Front, jede Arbeitsplatte und jedes Gerät seinen Glanz behält, sind überall fleißige, fast unsichtbare Helfer unterwegs, die wienern, polieren und für die perfekte Optik über den gesamten Messezeitraum sorgen.

Doch wie ist das zuhause?

Welche Putzmittel verträgt die Möbelfront? Wie bekommt man das Fett aus dem Backraum und wie lassen sich Kratzer auf dem Ceran-/Induktionskochfeld verhindern? Wer sich eine individuell geplante Küche kauft, erfüllt sich einen Traum, an dem man auch optisch lange Freude haben will. Mit neuen Pflegesets von HOTREGA®, die Andreas Knebler, verantwortlich für die MHK-Eigenmarken, den Partnern auf der Herbstmesse erstmals vorstellt, haben xeno-, elementa-, neola-, und DESIGNO-Händler ab sofort die Mög-

lichkeit, sich auch in puncto Pflege als Profi zu behaupten.

Um die optimale Pflege für jede Art von Küche zu gewährleisten, gibt es zwei verschiedene Sets – eins für matte Fronten und eins speziell für Hochglanz-Fronten. Beide enthalten je ein Edelstahl-Pflegespray, einen Glaskeramik-Kochfeld-Reiniger, einen kraftvollen Küchen-Totalreiniger, einen Küchenfronten-Reiniger sowie ein Premiumtuch. Alle Produkte mit dem Branding der jeweiligen Eigenmarke.

„Mit diesen Sets stellt der Händler bei der Küchen-

übergabe einmal mehr seine Kompetenz unter Beweis und ermöglicht seinen Kunden lange Freude an der neuen Küche“, betont Andreas Knebler. Das Interesse der Partner ist groß: „Die Pflegesets sind eine echte Alternative zum obligatorischen Blumenstrauß und der Flasche Sekt, die wir unseren Kunden für gewöhnlich bei der Küchenübergabe schenken“, war vielfach zu hören. Und im Rahmen der Herbstmesse lohnt sich die Bestellung doppelt, denn das Pflegeset gibt es zu einem lukrativen Messe-Aktionspreis.



Stolz präsentiert Olaf Nedorn (SMEG) die neue Generation der Galileo OmniChef Backöfen: schick, multifunktional und groß. Foto: Jacqueline Paulick

# Platz für die wichtigen Dinge

**RÖDINGHAUSEN** (tw). Liebhaber von italienischem Design lassen sich auch vom derzeit wenig mediterranen Wetter nicht davon abhalten, die Ausstellung von smeg auf Gut Böckel zu besuchen.

Zur Herbstmesse präsentiert smeg im völlig neu gestalteten Showroom die neue Backofen-Generation Galileo. Benannt nach dem italienischen Universalgelehrten Galileo Galilei, verbinden die Backöfen mit ihrer innovativen Multi-cooking-Technology bis zu

drei Garmethoden in einem Großgerät: klassisches Backen, Dampfgaren und Mikrowelle.

Herzstück ist der völlig neu konzipierte Innenraum im Wellendesign, der die Hitze besonders gleichmäßig verteilt. Er wurde von smeg in Kooperation mit italienischen Spitzenuniversitäten und der Automobilindustrie entwickelt.

Flaggschiff und der Alleskönner in der Galileo-Familie ist der Kombi-Backofen Omnichef. Die drei Garmethoden Backen, Dampfgaren

und Erhitzen in der Mikrowelle sind auf sieben verschiedene Arten kombinierbar, wodurch sich die Garzeit um bis zu 70 Prozent verkürzt.

Mit dem Omnichef spart man nicht nur Zeit, sondern auch Platz in der Küche, wodurch man, so Marketingchef Tobias Koch, Platz für die „wichtigen Dinge des Lebens“ hat – wie zum Beispiel einen Weinkühlschrank. Auch hier hat smeg auf der Messe ein neues Gerät im Gepäck. Darauf stoßen wir an!

# „Django“: Piratennest auf den Kanaren ausgehoben

**TENERIFFA.** Die spanische Polizei hat auf den Kanarischen Inseln ein großes Netzwerk für Markenpiraterie in Europa ausgehoben. Auf Teneriffa und Fuerteventura seien rund fünf Tonnen von in China gefälschten Luxusartikeln im Gesamtwert von etwa einer halben Milliarde Euro beschlagnahmt worden, teilte ein Regierungsvertreter mit. Das sei die größte bisher jemals in Europa beschlagnahmte Menge gefälschter

Markenartikel. Bei dem Einsatz „Django“ seien insgesamt 17 Personen, darunter auch die drei chinesischen Köpfe der Bande, festgenommen worden. Die Bande sei darauf spezialisiert gewesen, in China gefälschte Markenartikel vor allem in spanischen Touristengebieten zu vertreiben. Nachgemachte Uhren oder Textilien werden gerne während des Urlaubs im Ausland gekauft, wie aus einer Umfrage hervorgeht.

# Stress in der Freizeit – „Joy of Missing Out“ ist in

**HAMBURG.** Facebook, Instagram, Tiktok: Vor allem junge Deutsche fühlen sich zunehmend durch Social Media gestresst. Doch los kommen sie von den neuen Medien auch nicht. Dabei ist „JOMO“ (Joy of Missing Out) in. Immer mehr Deutsche können auch in der Freizeit nicht entspannen. „Optimierung stellen wir nicht nur bei der Arbeitszeit fest, sondern zunehmend auch in der Freizeit“, sagte der wissenschaftliche Leiter der

Stiftung, Prof. Ulrich Reinhardt. Das sei eine Entwicklung, die mit Sorge zu betrachten sei. „Die Menschen haben ständig das Gefühl, etwas zu verpassen“, sagte Reinhardt. „Gefangen zwischen Erwartungen von Dritten, scheinbar grenzenlosen Möglichkeiten und den eigenen Bedürfnissen, fühlen sich zunehmend mehr Bürger gestresst“, sagte Reinhardt. Ein Ausstieg aus diesem Hamsterrad sei nicht einfach.

Schöne Kochzeit. Mit DESIGNO.

www.designo.de

DESIGNO

## 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  
Wittendorff, Falko Wachendörfer,  
Kristina Kahlert,  
Andrea Roderfeld, Stefan  
Schütt

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



Herbstneuheiten 22

Entdecken Sie unsere  
Neuheiten live auf der area30.  
Wir begrüßen Sie täglich von  
9 bis 18 Uhr auf Stand F 23.

Infos online unter:  
[pro.villeroy-boch.com/kueche](http://pro.villeroy-boch.com/kueche)

„Die Wertschätzung für die eigenen vier Wände bleibt im Fokus“

# Krise ist auch Chance

Das chinesische Wort für Krise bedeutet gleichzeitig auch Chance und Herausforderung. Profis beantworten, wie man diesen begegnet:

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

**Lasse Naber, Naber:**

Energiepreise, Lieferengpässe, Inflation, der naheende Einbruch des Wohnungsbaus sowie steigende Löhne: Das sind die größten Herausforderungen für unsere gesamte Branche, die wir kurz oder mittelfristig zu spüren bekommen werden.

Aufgrund der derzeit nicht einschätzbaren wirtschaftlichen Gesamtsituation werden Industrie und Handel zwangsläufig mit der Kaufzurückhaltung der Konsumenten konfrontiert werden.

Jedoch bin ich davon überzeugt, dass die Wertschätzung der eigenen vier Wände, was die Anschaffungsneigung anbelangt, für die Menschen weiterhin im Fokus bleiben wird und langlebige, funktionale, energie- und zeitsparende Qualitätsprodukte unserer Branche gefragt bleiben.

Für uns als Industrie heißt es, Produkte und Technologien zu entwickeln und

unseren Partnern im Handel zur Verfügung zu stellen, die diese relevanten Anforderungen erfüllen.

**Thorsten Neelen, BLANCO:**

Kurz- und mittelfristig wird die Herausforderung darin bestehen, sich gut gerüstet in einem aus heutiger Sicht schwieriger werdenden Marktumfeld aufzustellen. Daher sind die folgenden drei Punkte wichtiger denn je:

1. gut geschulte und motivierte Mitarbeiter;
2. auf starke und stabile Partnerschaften setzen;
3. effiziente und nachhaltige Prozesse im gesamten Unternehmen sicherstellen.



Thorsten Neelen  
BLANCO

*Was ist Ihnen persönlich in der Pandemie klar geworden? Dass Digitalisierung niemals den persönlichen Kontakt zwischen Menschen ersetzen kann.*

*Welche drei geschichtlichen Personen würden Sie zum Essen einladen?*

Heinrich Blanc, unseren Firmengründer, um mit ihm bei einem Glas Rotwein über die Entwicklung und Bedeutung vom Herdwasserschiff hin zur BLANCO UNIT zu sprechen. Angela Merkel, um mit ihr über die eindrucksvollsten Momente ihrer Amtsperiode zu sprechen. Die dritte Einladung würde ich nicht aussprechen und das Essen jemandem zukommen lassen, der es dringend braucht.

*In welcher Situation haben Sie in letzter Zeit Mut benötigt?*  
Beim Absprung im Hochseilgarten – und wurde mit einer tollen neuen Erfahrung belohnt.

Vorfreude auf die MHK-Expertentreffs 2022

# Lösungen für schwierige Zeiten

**RÖDINGHAUSEN/DREIEICH**

„Die MHK Group ist seit jeher dafür bekannt, für ihre Partner innovative, branchenspezifische Lösungen für nachhaltiges Wachstum auch in Krisenzeiten zu entwickeln“, so Schütz weiter. Neue Impulse sollen die in diesem Jahr wieder in Präsenz stattfindenden MHK-Expertentreffs bieten. Die Veranstaltungsreihe findet vom 17. November bis 2. Dezember 2022 bundesweit an neun verschiedenen Standorten statt.

Bei den Veranstaltungen werden Fragen im Mittelpunkt stehen, die die Küchenbranche aktuell ganz besonders bewegen: Wie gehe ich mit langen Lieferzeiten und gestiegenen Kosten für Mehrfachfahrten um? Wie sichere ich bei sinkender Nachfrage meinen Umsatz? Wie optimiere ich meine Prozesse, auch digital? Wie steigere ich meine Kunden-Frequenz?

„Die MHK Group ist seit jeher dafür bekannt, für ihre Partner innovative, branchenspezifische Lösungen für nachhaltiges Wachstum auch in Krisenzeiten zu entwickeln“, so Schütz weiter. Neue Impulse sollen die in diesem Jahr wieder in Präsenz stattfindenden MHK-Expertentreffs bieten. Die Veranstaltungsreihe findet vom 17. November bis 2. Dezember 2022 bundesweit an neun verschiedenen Standorten statt.

Bei den Veranstaltungen werden Fragen im Mittelpunkt stehen, die die Küchenbranche aktuell ganz besonders bewegen: Wie gehe ich mit langen Lieferzeiten und gestiegenen Kosten für Mehrfachfahrten um? Wie sichere ich bei sinkender Nachfrage meinen Umsatz? Wie optimiere ich meine Prozesse, auch digital? Wie steigere ich meine Kunden-Frequenz?

„Krisenzeiten erfordern neue Strategien und starke Allianzen“, betont Frank Schütz. Ziel der Expertentreffs sei es, Hilfestellungen und Lösungsmöglichkeiten für aktuelle Probleme aufzuzeigen.

Auch die Kundenansprache müsse neu gedacht werden. Darüber hinaus gelte es Wege zu finden, mit gezieltem Marketing die Aufmerksamkeit potenzieller Kunden zu erregen und sich dadurch vom Wettbewerb abzuheben. Dazu stellen die Dienstleister der MHK Group – CARAT, IHT, MIYU, Garantiedatenbank, Initiative Zukunft sowie die Deutsche Unternehmer Akademie – ihre neuen Angebote und Produkte vor. „Und natürlich wird es auf den Expertentreffs 2022 auch genügend Raum für konstruktiven Austausch und so manchen Denkanstoß geben.“

## Der kleine Hund „Bim“ muss laufen lernen

**BERLIN.** Noch ist das Laufen schwierig für den kleinen Bim. Denn die Beine des jungen Hundes stecken in Prothesen. Das sind Ersatzteile für den Körper. Bim braucht diese Ersatzbeine, um zu laufen. Denn seine richtigen Beine wurden schwer verletzt.

Wer ihm die Verletzungen angetan hat, weiß man nicht. Bim kommt aus dem Land Ukraine, wo momentan Krieg herrscht. Dort fanden ihn Helfer, konnten ihn aber wohl nicht gut versorgen. Deshalb wurde Bim zu dem deutschen Tierschützer Ralf Seeger gebracht, der ge-

rade im Westen der Ukraine unterwegs war. Er nahm Bim mit nach Deutschland. Dort fertigte ein Fachmann Prothesen für die kaputten Beine des Hundes an. Der Tierschützer Ralf Seeger sagt: „Ich bin aber sicher, dass wir ihn wieder auf die Beine kriegen.“



Lasse Naber  
Naber

*Was ist Ihnen persönlich in der Pandemie klar geworden?*

Während der Pandemie waren wir als Unterneh-

men gezwungen, schneller zu denken und zu handeln als zu normalen Zeiten. Corona hat uns gezeigt, dass wir gemeinsam mit unseren Mitarbeitern durch gegenseitiges Vertrauen, Flexibilität und Anpassungsfähigkeit gegen die Krise ankämpfen und schnelle Lösungen liefern können. In diesem Denken außerhalb der eigenen Komfortzone steckt ein wahnsinnig großes Potenzial. In Zukunft wird das Querdenken immer wichtiger, um auf externe Herausforderungen reagieren zu können.

*Welche drei geschichtlichen Personen würden Sie zum Essen einladen?*

Mahatma Gandhi: „Sei du selbst die Veränderung, die du dir wünschst für diese Welt.“  
Helmut Schmidt: „Das langfristig Notwendige im Blick haben.“  
Franz Josef Strauß: „Ich bin weder Heiliger noch ein Dämon. Ich bin kein ausgeklügeltes Buch, sondern ein Mensch in seinem Widerspruch.“

*In welcher Situation haben Sie in letzter Zeit Mut benötigt?*

Ich halte es hier in jeder Situation mit dem Philosophen Demokrit: „Mut steht am Anfang des Handelns, Glück am Ende.“



**Naber**<sup>®</sup>

Quantensprung der Lüftungstechnik!



naber.com



**COMPAIR  
PRIME flow**<sup>®</sup>

**a** area 30

Stand H 21



Eben noch Konferenzraum, jetzt schon auf der Showbühne: die internationalen MHK-Masterclasses Foto: Birgit Thissen-Ackermann

## Erste Küchen-Masterclass live von der Messe

**RÖDINGHAUSEN (bta).** Kaum, dass das neue MHK Forum auf Gut Böckel eingerichtet war, wurde es gestern Nachmittag auch schon wieder umgeräumt. Aus dem Besprechungsraum wurde ein Aufnahmestudio, um direkt und live von der Herbstmesse über LinkedIn in die Länder Österreich, Belgien und England zu berichten.

Kitchen Masterclass heißt das von der MHK Group bisher nur in England eingesetzte Format. Im Rahmen

einer Online-Podiumsdiskussion gaben verschiedene Experten, darunter die Geschäftsführer und Sales Manager der Auslandsgesellschaften MHK UK, MHK Belgien, MHK Österreich sowie Dirk Kleykens, Exportmanager Bauformat Impressionen von der Messe und ihr Wissen rund um die Themen Küchen und Küchenverkauf weiter – und damit den Fachgeschäften hilfreiche Tipps für einen Start ins Küchenjahr 2023 an die

Hand. Die Teilnahme an der Masterclass war kostenlos und für alle Interessierten offen. Damit unterscheidet sich das MHK-Angebot vom amerikanischen Start-Up „Masterclass“, das Kurse von mehr als 150 Spezialisten, allerdings für recht hohe Gebühren anbietet. Das Ziel ist jedoch das Gleiche: mit Expertenwissen zu Meistern des Faches werden.

Weiterer Vorteil der Masterclasses aus dem MHK Forum: Gerade auch jene

Händler im europäischen Ausland, die nicht anreisen konnten, erhielten über LinkedIn die Möglichkeit, sich direkt und zeitnah über das neue Angebot sowie die Highlights der Küchenindustrie für das Jahr 2023 zu informieren. Für alle, die die Liveübertragung verpasst haben: Die anregenden Gesprächsrunden, die in ganz unterschiedlichen Konstellationen stattfanden, werden im Nachgang als Download zur Verfügung stehen.

On- und offline für die Zukunft aufgestellt

## Garantiedatenbank präsentiert sich im neuen Look

**RÖDINGHAUSEN/DREIEICH (jp).** Im neuen Look und mit einem breiten Angebotspektrum präsentiert sich im Roggenhaus auf Gut Böckel die Garantiedatenbank. Im Frühjahr hatte sich der Dienstleister einem kompletten Relaunch unterzogen. „Logo, Farben, Icons, Signets, Grafiken und auch Schreibweisen – wir haben wirklich alles angefasst“, berichtet Thomas Singer, Geschäftsführer der Garantiedatenbank. Durch das neue Corporate Design ist auch das Design der Webseite garantiedatenbank.com moderner geworden.

Für Geschäftsführer Thomas Singer ist sie Spiegelbild der Entwicklung, die das Unternehmen seit sei-

ner Gründung im Jahr 2007 genommen hat. Denn mittlerweile bietet der Garantiespezialist Produkte für die Küchenbranche ebenso wie passgenaue Lösungen für diverse Kooperationen, Großflächenanbieter, Filialsysteme, den Elektrogroßhandel und Industriepartner.

Darüber hinaus wickelt die Garantiedatenbank als branchenerfahrener Assekurateur Schadenregulierungen für kooperierende Versicherungsgesellschaften ab. Nach den Phasen der Aufbauarbeit sei es einfach an der Zeit gewesen, die Erfolge auch sichtbar zu machen.

Dass beim Team der Garantiedatenbank maximale

Kundenzufriedenheit im Mittelpunkt steht, macht auch die neue Webseite deutlich. So präsentiert sich die Menüführung ausgesprochen übersichtlich. Statt Unterseiten wurde auf eine Anker-Navigierung gesetzt. Das heißt, der User springt durch Klicken direkt auf den jeweils gewünschten Menüpunkt. Ein animiertes Erklärvideo erläutert außerdem, wer die Garantiedatenbank ist und welche Vorteile Garantieverlängerungen bieten. Weitere Neuerung: die prominente Verortung von Kundenstimmen sowie die einfache Kontaktaufnahme.

Aber nicht nur optisch punktet die von der MHK-Digitalagentur MIYU er-

stellte Webseite, sondern auch technisch.

„Die Ladezeiten sind deutlich kürzer“, erläutert Thomas Singer. „Das wirkt sich optimal auf die Performance unserer Webseite aus.“ Denn werden Inhalte nicht schnell genug geladen, sinkt langfristig das Suchmaschinen-Ranking – auch weil Nutzer langsame Webseiten innerhalb von Sekunden ohne Interaktion verlassen.

Das Team um Thomas Singer plant bereits weitere Schritte, um das Makeover der Garantiedatenbank auch wirklich im Bewusstsein aller zu verankern: „Wir haben noch einiges in petto, da kann man gespannt bleiben.“

„Fokus auf den Küchenfachhandel stimmt zuversichtlich“

## Klarer Blick aufs eigene Unternehmen

Die größte Herausforderung für Manager sind Entscheidungen in Unsicherheit. Wichtig hierbei ist vor allem die Selbsteinschätzung:

*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?*

**Dr. Stefam Dillschneider, Villeroy & Boch:**

Wir sind in den letzten eineinhalb Jahren im Bereich Küche stark gewachsen, was zum einen auf das positive konjunkturelle Umfeld zurückzuführen war, zum anderen aber auch auf unser attraktives Angebot im Bereich Küchenspülen und Armaturen. Was die Zukunft betrifft, müssen wir leider davon ausgehen, dass sich das konjunkturelle Umfeld aufgrund der hohen Energiepreise eintrübt. Dennoch sind wir zuversichtlich, dass wir als Markenanbieter mit unserem Produktportfolio überzeugen können und damit auch in schwierigerem Umfeld erfolgreich sein werden.

**Kai Menke, Brigitte Küchen:**

Trotz Pandemie und politischen Krisen konnte Brigitte Küchen ein gutes erstes Halbjahr verzeichnen. Allerdings rechnen wir durch weitere Herausforderungen wie die Energiekrise und die hohe Inflation mit einem Umdenken im Verbraucherverhalten. Unsere Positionierung vorwiegend im Küchenfachhandel lässt uns dennoch positiv in die Zukunft blicken.

*Was ist Ihnen persönlich in der Pandemie klar geworden?*

Dass Dinge, die mir zunächst unbedeutend erschienen, dramatische Auswirkungen haben können.

*Welche drei geschichtlichen Personen würden Sie zum Essen einladen?*

Mozart, John Lennon und Helmut Schmidt.

*In welcher Situation haben Sie in letzter Zeit Mut benötigt?*



Dr. Stefam Dillschneider Villeroy & Boch

Spiele des FC Schalke 04 live anzuschauen.



Kai Menke Brigitte Küchen

*Was ist Ihnen persönlich in der Pandemie klar geworden?*

Soziale Kontakte sind nicht nur im Privaten, sondern auch im Business äußerst wichtig. Im Geschäftsleben haben uns die jahrelangen, teilweise jahrzehntelangen Verbindungen mit gegen-

seitiger Verlässlichkeit und Vertrauen gut durch die Pandemie kommen lassen.

*Welche drei geschichtlichen Personen würden Sie zum Essen einladen?*

Albert Einstein, Steve Jobs und Anne Frank.

*In welcher Situation haben Sie in letzter Zeit Mut benötigt?*

Da stellt sich zuerst die Frage: Was ist Mut eigentlich? Es gibt keine bestimmte Situation, die mir spontan einfällt. Aber jeder Tag bringt etwas Neues, wir probieren etwas Neues aus oder beschäftigen uns zum ersten Mal mit einer Thematik. Dafür ist immer eine gewisse Portion Mut gefordert, sowohl im Privaten, als auch im Geschäftsleben.

### Internet löst Lesen und Fernsehen ab

**BERLIN.** Die eine hört gern Musik, der andere backt häufig oder geht am liebsten spazieren. In unserer Freizeit tun wir unterschiedliche Dinge. Eine neue Untersuchung zeigt: In den vergangenen 40 Jahren haben sich die Hobbys der Erwachsenen in Deutschland verändert. Momentan ist die häufigste Freizeitbeschäftigung das Internet nutzen. Vor 20 Jahren war es Fernsehen, vor 40 Jahren Zeitungen oder Zeitschriften lesen.

### Fischstäbchen aus dem Labor

**LÜBECK.** Im Moment werden für Fischstäbchen echte Fische zerlegt und das Fleisch in einer Fabrik in Form gepresst. In Zukunft aber könnten Fischstäbchen auch aus dem Labor kommen. Das haben sich unter anderem Forschende aus Lübeck vorgenommen. Dafür entnehmen sie aus lebenden Forellen oder Lachsen ganz bestimmte Zellen. Diese Zellen lassen sie dann in einer Flüssigkeit zu Muskelfleisch heranreifen.

### Paris Hiltons Hund nahm Reißaus

**LOS ANGELES.** US-Realitystar Paris Hilton hat eine groß angelegte Suchaktion nach ihrem entlaufenen Chihuahua „Diamond Baby“ gestartet. „Ich tue alles, was in meiner Macht steht, um sie zurückzubekommen“, teilte die 41-Jährige ihren Fans bei Instagram mit. „Wir haben einen Tierdetektiv, einen Hundeflüsterer und einen Tierpsychologen engagiert und erwägen jetzt auch den Einsatz von Drohnen, die Hunde aufspüren können.“

**DESIGNED FOR life**

**KÜCHEN ENTDECKEN!**

**elementa**  
www.elementa-kuechen.de

Mattfarben bei Villeroy & Boch

## Schwarz ist das neue Edelstahl

**LÖHNE (jp).** Wenn dieser Tage über die Trends gesprochen wird, kommt man an einem Thema nicht vorbei: Mattfarben – allen voran matt schwarz.

Nicht nur im Bereich der Fronten spiegelt sich der Trend wider. Auch Geräte präsentieren sich zunehmend im edlen matt-schwarz-Look, sodass sich so mancher bereits zu einem „matt schwarz ist das neue Edelstahl“ hinreißen lässt.

Und diese Aussage ist gar nicht so abwegig, denn auch die Saarländer haben den großen Trend im Interior-Design aufgegriffen. Das Matt der TitanGlaze Glasur wirkt ausgesprochen hochwertig und verleiht der Keramik puristische Eleganz und Individualität. Perfekt, um designstarke Akzente zu setzen, wie auch Johanna Rupp, Marketing-Managerin von Villeroy & Boch, findet.



Das neue matt schwarz macht sich auch hervorragend im industrial look, findet auch Johanna Rupp. Foto: Jacqueline Paulick



Auch vegetarisch ein ganz Großer: Der vegetarische Burger von AEG-Koch Christian Mittermeier und Kollegin Paola Martinenghi überzeugte auch hartgesottene Fleischesser. Foto: Falko Wachendorfer

Neuheiten bei CARAT service optimieren die Terminabwicklung

## Die Lösung für Montagehelden

**RÖDINGHAUSEN** (kk). Genauso wichtig wie eine begeisternde Küchenplanung ist eine saubere und reibungslose Montage. Denn oft hängt es von ihrem Ablauf ab, ob die Kunden am Ende zufrieden sind. Gerade die Organisation und Steuerung der Küchenmontage stellt für den Fachhandel aber oft eine besondere Herausforderung mit hohem Zeit- und Kostenaufwand dar.

Damit es so weit gar nicht erst kommt, hat der Küchenplanungssoftware-Hersteller CARAT mit CARAT service Anfang dieses Jahres eine Anwendung auf den Markt gebracht, mit der sich Montage- und Servicetermine ohne zusätzlichen Aufwand optimal steuern lassen. Erstmals ist es für den Händler möglich, den Montageauftrag direkt aus CARAT heraus zu erstellen. Genau dort also, wo bereits alle relevanten Daten und Dokumente lie-

gen. Mit nur wenigen Klicks sind diese zusammengestellt und werden direkt an die CARAT service App des zuständigen Monteurs übermittelt. Die Dokumentation der Montage erfolgt ebenfalls intuitiv in der App. Ergebnis: ein komplett digitales Abnahmeprotokoll mit Unterschrift des Endkunden, das unmittelbar nach Fertigstellung zurück in das CARAT cloud Portal übertragen wird, in dem auch die Funktion zum Anlegen und Disponieren der Montagetermine liegt.

Pünktlich zur Herbstmesse wird das Add-on jetzt um zwei wichtige Funktionen ergänzt. So lassen sich ab sofort mehrtägige Montageaufträge planen und vergeben. Zudem können Monteure entsprechend ihrer Qualifikationen und Aufgabenbereiche den jeweiligen Montagetätigkeiten zugeordnet werden. Ein Wunsch vieler Nutzer von CARAT

service, da die Montage oftmals nicht von nur einem Team durchgeführt. Stichwort Arbeitsteilung: Ein Team ist für die Lieferung und das Auspacken zuständig, ein Team baut auf, ein Monteur kümmert sich um die Elektroanschlüsse, ein anderer montiert die Granit-Arbeitsplatte, ... Andreas Günther, Geschäftsführer des Dreieicher Software-Unternehmens, verspricht: „Durch diese Möglichkeit zur Differenzierung lässt sich die Abwicklung von Montage- und Serviceterminen noch flexibler abbilden und einteilen.“

Digitalisierte Prozesse wie diese kommen bei Händlern und Kunden gleichermaßen gut an. Kein Wunder also, dass CARAT service auch zukünftig optimiert und erweitert wird. Damit zum Abschluss des Verkaufsprozesses auch die Küchenmontage reibungslos abläuft.

## AW kürt beste Küchenstudios 2022

**DREIEICH** (jp). Seit dem 6. September ist die neue Ausgabe der AW Architektur & Wohnen erhältlich. Neben einem Bericht über Wohnen mit Aussicht in Mailand, Rom und an der Küste Sardinias sowie einem Überblick über die Highlights und Trends der Mailänder Möbelmesse kürt das beliebte Premium-Wohnmagazin

die 100 besten Küchenstudios des Jahres 2022. Unter den Ausgezeichneten befanden sich gleich zwölf MHK-Anschlusshäuser.

„Über dieses Ergebnis freuen wir uns sehr und gratulieren allen zu diesem Erfolg!“ so MHK-Vertriebschef Frank Schütz. Die Auszeichnung bestätigt zum

einen die hohe Qualität, mit der die MHK-Gesellschafter sowohl in puncto Beratung als auch in puncto Präsentation am Markt auftreten. Zum anderen sei sie ein Beweis dafür, dass das Engagement in Kombination mit den von der MHK Group angebotenen Konzepten den entscheidenden Vorsprung sichert.



„Ready to create!“

## Neues Raster für grenzenlose Individualität

**VERL** (jp) 5.000 Quadratmeter, 138 Planungen, 52 Küchen, vier Hauswirtschaftsräume, 50 Bäder, 24 Wohn- und Esslösungen, drei Garderoben, drei Ankleiden und zwei Bürolösungen. Mit diesen Zahlen beeindruckt der Küchenbauer nobilia zur Herbstmesse 2022. Sie allen verbindet eine weitere Zahl: 1144. Dahinter steckt das neue Rastersystem, das als kreativer Produkt-Baukasten die hohen Ansprüche an Durchgängigkeit, Planbarkeit, Ergonomie, Stauraum und Linienführung erfüllt. So lassen sich ab sofort Fugenbilder und Höhen über alle Fronten und Räume hinweg noch durchgängiger planen – besonders zur Freude kreativer Planer, denn gerade auch für sie bieten sich damit schier unendliche Möglichkeiten in der Gestaltung. Dafür steht auch das diesjährige Motto „Ready to create!“.

Beim Rundgang starten die Besucher – natürlich – im Bereich Küche. Hier warten umfangreiche Inszenierungen des Neuheitenprogramms, darunter neue Farben wie ein warmes Taupegrau und ein neutrales Weiß für das erfolgreiche Easytouch-Programm. Konsequenterweise wurde zudem das Label „Black Edition“. Ob bei Jalousieschranken, schwarzen Mattglasfronten, Elektrogeräten, Spülen und Armaturen sowie vielen Accessoires gibt Schwarz auch 2023 ganz besonders den Ton an.

Großen Zuspruch findet auch die mit bereits fünf bedeutenden Awards prämierte Eigenentwicklung Xtra Ceramic. Das Besonde-



Mehr als 12.000 angemeldete Besucher konnten und werden sich von den zahlreichen Neuheiten bei nobilia überzeugen. Foto: Jacqueline Paulick

re: Die Arbeitsplatten- und Nischenstärke von 16 mm entsteht durch das Aufbringen einer echten Keramikplatte auf einer Trägerplatte aus recyceltem Altglas.

Und weil gesunde, frische und vor allem regionale Lebensmittel immer beliebter werden, bietet die neue „Gardening Box“ die Möglichkeit, jederzeit frische Microgreens im Unterschrank-Auszug zu züchten. In dem Deckel der Gardening Box sind spezielle Pflanzenleuchten und eine Belüftung integriert. So wird der Tages- und Nachtzyklus für die Microgreens gesteuert.

Auf die Küchenneuheiten folgen die Bereiche Wohnen und Bad. Auch hier überrascht nobilia mit ganz unterschiedlichen kreativen Planungen, die natürlich die neuen Möglichkeiten des nobilia Rastersystems voll ausspie-

len. Im Bereich Bad sorgt es dafür, dass sich die Möbel jetzt noch flexibler auf individuelle Raumerfordernisse und Wünsche abstimmen lassen... Viel Input also für die inzwischen 12000 vorab angemeldeten Besucher. Damit toppt der Küchenbauer nobilia zur Messehalbjahr sogar die Vor-Corona-Zahlen.

Und es gibt noch einen weiteren Grund zur Freude: Heute Abend startet um 20 Uhr auf SAT1 die neue Staffel von „The Taste“. Bei nobilia wird dieser Termin mit besonders großer Spannung erwartet, denn kochen werden die Teams in einer nobilia-Küche. Neben der Kooperation mit der erfolgreichen YouTuberin Sally ein weiterer wichtiger Baustein auf dem Weg, nobilia auch bei den Endkunden als Marke zu etablieren.

# #Top3inEurope

Europe lo♥es Beko.

beko

Eine der  
**TOP 3**  
Haushaltsgrößgeräte-Marken in  
**EUROPA**

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

Besuchen Sie uns auf Gut Böckel!

beko

beko.com/de-de

„Wie ein Chamäleon: schnell, anpassungsfähig und für jede Anforderung in der Zukunft gut gewappnet.“

# Rekordantwortenzahl sorgt für Zugabe!

So viele Antworten wie in diesem Jahr gab es noch nie auf unsere Fragen an die Führung der Branche. Wir sagen Danke und wollen den Lesern der MHK Welt die Antworten nicht vorenthalten:

*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?*

**Andreas Beyerle, Küppersbusch Hausgeräte GmbH:**

Ich sehe die Zukunft für Küppersbusch sehr positiv. Wir haben die Restrukturierung des Unternehmens erfolgreich abgeschlossen, verspüren am Markt eine sehr aufgeschlossene Stimmung gegenüber unseren Marken Küppersbusch und Teka und konnten in diesem Jahr trotz Preiserhöhungen und Komponentenknappheit unsere Lieferversprechen überdurchschnittlich einhalten.

Positiv stimmt mich auch, dass wir mit Küppersbusch wieder bei großen deutschen Möbelhändlern gelistet sind beziehungsweise aktuell gute Gespräche führen. Mit unseren Teka-Spülen sind wir wieder im Katalog eines großen Küchenherstellers vertreten und beliefern eine sehr namhafte Baumarkt-Kette.

Auf der Herbstmesse



Andreas Beyerle  
Küppersbusch Hausgeräte



Jens Oliver Gläsker  
artego Küchen



Kevin Göbel  
systemceram



Andreas Hirsch  
ewe Küchen



Andreas Schmidt  
Sachsenküchen

MOW werden wir sowohl für Küppersbusch als auch für Teka zahlreiche Produktneheiten vorstellen, die größtenteils schon kurzfristig lieferbar sein werden und die unser Produktportfolio sinnvoll ergänzen.

**Jens Oliver Gläsker, artego Küchen:**

Aufgrund unserer Unternehmensgröße zeichnen wir uns durch schnelle Reaktionszeiten und Flexibilität aus. artego ist wie ein Chamäleon: schnell anpassungsfähig und für jede Anforderung in der Zukunft gut gewappnet.

**Kevin Göbel, systemceram:**

Die Marktsituation sehen auch wir aktuell abgekühlt, in der Langzeitbetrachtung über die letzten Jahre hinweg aber weiterhin auf einem überdurchschnittli-

chen Niveau. Für die zweite Jahreshälfte erwarten wir vorbehaltlich externer Entwicklung auf weltpolitischer Ebene eine solide Nachfrage für Keramikspülen aus Feinsteinzeug.

Bei der Materialverfügbarkeit haben wir den Vorteil, dass wir den Großteil der Rohstoffe aus unmittelbarer Nähe zu unserem Produktionsstandort Siershahn beziehen. Wie sich die Situation unter dem Einfluss von Veränderungen auf dem Energiemarkt gestalten könnte, kann derzeit niemand vorhersehen. Wir haben uns auf verschiedene Szenarien vorbereitet.

Grundsätzlich glauben wir an die weitere stabile Entwicklung unseres Unternehmens. Deshalb haben wir uns auch entschieden, die vor wenigen Wochen kommunizierten Investitionen

im Umfang von rund 30 Millionen Euro wie geplant umzusetzen. Die Übernahme des neuen Standorts in Wirges (Werk 2 für Logistik und Veredlung) ist vollzogen, und der erste Spatenstich für das neue Verwaltungsgebäude am Standort Berggarten in Siershahn wird voraussichtlich Anfang Oktober erfolgen.

**Andreas Hirsch, ewe Küchen:**

Die letzten Jahre waren für uns und die Branche eine wahre Zeitenwende mit verkehrten Vorzeichen: Eine gute Nachfrage und hohe Bestelleingänge waren normal – die Frage war plötzlich, ob man das alles überhaupt beziehungsweise zu vernünftigen Kosten produzieren kann.

Jetzt drehen sich die Rahmenbedingungen wieder

auf den „Normalzustand“ zurück. Der Nachfrageboom endet. Und der Vertrieb ist wieder gefordert, für entsprechende Umsätze und Auslastung zu sorgen. Dafür sollten sich Lieferketten normalisieren und Materialkostensteigerungen im Rahmen bleiben.

Wenngleich viele Vorzeichen schwierigere Zeiten avisieren, so bleiben wir doch grundsätzlich optimistisch. Wir konnten in den Krisenzeiten mit Verlässlichkeit bei unseren Partnern punkten und sehen uns gut gerüstet, mit unserem Angebot im Premiumbereich weiterhin Marktanteile zu gewinnen.

**Andreas Schmidt, Sachsenküchen:**

Die Firma Sachsenküchen konnte in den letzten Jahren stets eine positive Entwick-

lung vermelden.

Die von der Pandemie geprägten Jahre 2020 und 2021 haben auch unser Unternehmen vor große Herausforderung gestellt. Viele Abläufe waren plötzlich anderes als die gewohnte Routine.

Auch das Jahr 2022 stellt an unser Unternehmen große Herausforderung die es zu meistern gilt. Für die nächsten Jahre sehe ich ein positives Wachstum. Sachstücken wird den Weg der Differenzierung weiter gehen. Besonderen Fokus legen wir auf das Thema Nachhaltigkeit unserer Produkte. Die Käufer und Nutzer werden dieses in Zukunft bei Ihren Kaufentscheidung noch mehr nachfragen und Einfordern. Auf unserer diesjährigen Präsentation im KCL haben wir dazu die richtigen Lösungen.

## IHT: Vorteile durch digitale Prozesse

**RÖDINGHAUSEN/DREIEICH (jp).** Sie ist seit fast 40 Jahren das Herz der MHK Group: die Industrie und Handels-Treuhand, kurz IHT. Hier läuft alles zusammen, werden Industrie, Handwerk und Handel miteinander verbunden. Fast beiläufig verrichtet der Dreieicher Zentralregulierer erfolgreich seine Aufgaben und zählt längst zu den TOP 3 der Finanzdienstleister im Handelsumfeld.

In den letzten Jahren wurden zahlreiche Abläufe digitalisiert. Zu den Meilensteinen zählen die elektronische Rechnung, der elektronische Datenexport oder auch die papierlose Rechnungsarchivierung. Darüber hinaus ist im letzten Jahr eine Schnittstelle zur DATEV-Cloud entstanden. Der Vorteil: Wochenabschlüsse, die in der Zentralregulierung erfasst und verbucht wurden, kommen inkl. aller Belege und Dokumente ganz automatisch per E-Mail. Außerdem sind nun alle Dokumente jederzeit verfügbar und können auf Wunsch nach den unterschiedlichsten Kriterien gefiltert werden.

Damit sind die Dreieicher aber noch lange nicht am Ziel: „Neben der stetigen Weiterentwicklung unseres Kerngeschäfts wollen wir als innovativer und kompetenter Dienstleister zukünftig noch stärker bei der Einführung und Implementierung automatisierter und digitalisierter Prozesse unterstützen“, blickt IHT-Geschäftsführer Lutz Bernbach in die Zukunft. Ziel sei es, die Geschäftsprozesse bei den Partnern aus Industrie, Handel und Handwerk noch effizienter zu gestalten und hierfür die Produkt-, Dienstleistungs-, Service- und Beratungspalette signifikant auszubauen.

## Männliche Tiere werden weiblicher

**FRANKFURT.** Mülltrennen kann schlecht für die Umwelt sein. Etwa wenn abgelaufene Husten- und Antibiotikasäfte in den Ausguss oder die Toilette fließen und die Flaschen im Altglas landen. Denn selbst die besten Kläranlagen können nicht alle Rückstände von Medikamenten abfangen, sodass Spuren davon in die Gewässer gelangen. Das kann zum Beispiel dazu führen, dass es bei Fischen zu einer Verweiblichung männlicher Tiere kommt.

## Im Osten trinkt man mehr

**ERFURT.** Schauen die Menschen in Ostdeutschland tiefer ins Glas als im Westen? Mit dieser Frage beschäftigt sich eine Dokumentation des MDR-Fernsehens. Einen stärkeren Alkoholkonsum im Osten legt zumindest die Statistik nahe. Demnach ist der Anteil der Menschen mit einer diagnostizierten Alkoholabhängigkeit zuletzt im Osten deutlich höher gewesen als in den neuen Bundesländern. Doch warum ist der

Alkohol insbesondere im Osten so ein Problem? Dafür gibt es laut der Doku „Ein Bier ist kein Bier: Ostdeutschland und der Alkohol“ mehrere Gründe. So zeigten sich unter anderem alte Muster der DDR-Trinkkultur. Hier wurde nicht selten schon nach Betriebschluss die erste Flasche Schnaps auf den Tisch gestellt. Außerdem war der Alkohol im Osten für die meisten das einzige erhaltliche Rauschmittel.

## Lindenberg solidarisiert sich

**HAMBURG.** Der Sänger Udo Lindenberg (76) hat sich mit der bekannten russischen Popsängerin Alla Pugatschowa und ihrer Kritik an Russlands Angriffskrieg in der Ukraine solidarisiert. Er postete ein Foto von sich und Pugatschowa auf seiner Facebook-Seite und schrieb dazu, dass seine „langjährige Freundin und Kollegin“ heftige Kritik an „Putins verbrecherischem Krieg gegen

die Ukraine“ äußere. Dazu stellte der Panikrocker ein Zitat aus dem Lied „Wozu sind Kriege da“, das er bereits zusammen mit Pugatschowa in Moskau und Sankt Petersburg auf deutsch und russisch gesungen habe: „Sie stehen sich gegenüber, und könnten Freunde sein, doch bevor sie sich kennen lernen, schießen sie sich tot, ich find das so bekloppt, warum muss das so sein“.

**Triff uns auf Gut Böckel!**  
17.-22.9.2022

# PIEK 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**  
kreativ. digital. persönlich.

miyu.de

**selectiv®**  
www.selectiv-kuechen.de

**KÜCHE KOCHEN WOHNEN**

REDDY Küchen setzt auf Datenanalyse-Tool IRIS

# Datenbasiert. Aussagekräftig. Zukunftsgerichtet.

**RÖDINGHAUSEN/DREIEICH** (jp). Sie werden bereits seit einigen Jahren als das neue Gold bezeichnet: Daten. Und gerade in den letzten zwei Jahren haben sie in Zusammenhang mit dem Thema Digitalisierung noch einmal einen deutlichen Schub erhalten, denn richtig verknüpft, lassen sich aus Daten und Kennzahlen ganz neue Erkenntnisse gewinnen und Entscheidungen präziser treffen. Gerade in stürmischen Zeiten, wie wir sie aktuell erleben, ein wichtiger Erfolgsfaktor.

Bereits im April hatte die MHK-Franchisetochter REDDY Küchen ihre Webanwendung REDDY IRIS vorgestellt. Als zentrale Datenquellen dienen neben den Planungsdaten Informationen aus den Bereichen Betriebswirtschaft und Marketing sowie Bewegungsdaten im Fachgeschäft, die die mehr als 100 REDDY Fachmärkte aus Deutschland, Belgien und den Niederlanden tagesaktuell zur Verfügung stellen.

„Unsere Onlineplattform REDDY IRIS liefert aber nicht einfach nur nackte Zahlen“, so REDDY Geschäftsführer Frank Schütz, „sondern bietet die Kennzahlen und Auswertungen im Kontext einer Story an.“ Auf diese Weise werden den REDDY Partnern neben den tagesaktuellen betriebswirtschaftlichen Kennzahlen aus den Bereichen Finanzen, Waren, Mitarbeiter und Marketing auch die jeweils stärksten Lieferanten oder die Abschlussquoten ausgewiesen. Und was einzigartig ist: Jeder REDDY Partner bekommt mit dem Benchmarking zusätzlich einen Hinweis darauf, wo er im Vergleich zu seinen REDDY Kollegen steht.

Für Sebastian Dreher von REDDY Küchen Weingarten ist REDDY IRIS eine wichtige und einfach zu handelnde Entscheidungshilfe: „Wir haben das Tool jetzt seit einem halben Jahr im Einsatz und ich bin wirklich begeistert, denn ich muss mich

nicht in komplizierte Auswertungen einarbeiten. Die Zahlen werden in einem Dashboard optisch ansprechend dargestellt! So habe ich jederzeit einen schnellen und verständlichen Überblick über meine aktuellen Geschäftszahlen, kann mich auf die Inhalte fokussieren und meine Einkaufsentscheidungen faktenbasiert und schneller treffen.“

In der nächsten Projektphase sollen Gesellschafter anderer MHK-Verbänden angeschlossen werden. Der Vorteil: Je mehr Gesellschafter Daten zur Verfügung stellen, um so aussagekräftiger werden die Ergebnisse. Außerdem können die Dreieicher dann alle für sie relevanten Kennziffern ins Verhältnis setzen und eigene Statistiken erstellen, die ihnen bisher in dieser Tiefe keiner liefern konnte. Damit bietet die MHK Group ihren Partnern wichtige Einblicke und einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil.

Zwischen Food Waste, Wassersparen und Energieeffizienz

# Nachhaltigkeit verliert nicht an Rückenwind

Das Potenzial Energie zu sparen, ist nach wie vor groß. Hohe Energiekosten sorgen für einen großen Anreiz, eine aktive Rolle zu übernehmen, wissen auch die Profis dieser Unternehmen:

*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?*

**Lutz Burneleit, Liebherr Hausgeräte:**

Verantwortung für unsere Produkte zu übernehmen ist in den Grundwerten unseres Unternehmens manifestiert. Die Forschung und Entwicklung von ökologischen Produkten hat bei Liebherr Hausgeräte seit Jahrzehnten Tradition. Dabei sind drei wesentliche Argumente wichtig:

1. Die Energieeffizienz – ein Innovationsfeld, das heute wichtiger ist denn je. Sei es aus ökologischen, politischen oder ökonomischen Gründen heraus. Unsere Produkte belegen in allen wesentlichen Segmenten Spitzenplätze im Energieeffizienz-Ranking.

2. Die Frischetechnologie zur Reduzierung von Lebensmittelverschwendung. Unsere Bio-Fresh-Technologie ist das deutlichste Beispiel hierfür.

3. Die Langlebigkeit und hohe

Qualität der Geräte bis ins kleinste Detail.

Liebherr wird den eingeschlagenen Weg hin zu ökologischen Frischelösungen voller Innovationskraft fortsetzen – und dabei um ein wesentliches Argument ergänzen: um das der Kreislauffähigkeit. Welchen bedeutenden, großen Schritt wir dabei vorangekommen sind, zeigt unsere BluRoX-Technologie, die wir kürzlich auf der IFA präsentiert haben. BluRoX ist eine revolutionäre Isolations-Technologie, die sich auszeichnet durch höchste Energieeffizienz, die langfristig erhalten bleibt, mehr Volumen und ein kreislauffähiges Produktdesign.

**Hans-Joachim Kalek, Hansgrohe:**

Die Klimakrise stellt uns alle vor große Herausforderungen. Für Hansgrohe ist der größte Hebel, Wasser, Energie und somit CO<sub>2</sub> einzusparen, die Reduzierung des Wasserverbrauchs von Produkten während ihrer langjährigen Nutzungsphase. Unser Ziel ist es daher, bis 2030 unser gesamtes Produktportfolio auf Energie- und Wassersparprodukten umzustellen.

Unser direktes Lebensumfeld und unser Wohnraum bieten noch große Potenziale, CO<sub>2</sub> einzusparen und nachhaltiger zu leben. Gerade in der Küche spielt der verantwortungsvolle Umgang mit natürlichen Ressourcen eine Hauptrolle. Als Hersteller sehen wir uns in der direkten Verantwortung. So ist es unser

Ziel, innerhalb unseres Einflussesbereichs all die Ressourcen zu schonen, die auf der Erde immer knapper werden oder deren Verbrauch die weltweite Klimaerwärmung anfeuert. Wir verfolgen das 1,5 Grad-Ziel des Pariser Klimaabkommens. Unsere konkreten Handlungen ordnen wir drei Feldern zu: der Schonung der Wasserkreisläufe, dem Klimaschutz und der Teilhabe an der Kreislaufwirtschaft.

**Karl von Bodelschwingh, berbel:**

Die berbel-Unternehmensphilosophie steht für Werte und Wertigkeit – seit Firmengründung. Nachhaltigkeit beschränkt sich nicht auf Produktmerkmale und -prozesse, sondern betrifft auch den respektvollen Umgang mit den Menschen, die in den Produktionsprozess eingebunden sind.

berbel entwickelt, produziert und vertreibt seit 2001 Dunstabzüge, die in Handarbeit am Unternehmenssitz in Rheine hergestellt werden. Verbaut wird ausschließlich hochwertiges Rohmaterial wie antimagnetischer Edelstahl sowie Bedienteile von deutschen Qualitätsherstellern.

Geräte von berbel erfüllen die höchsten Sicherheits- und Qualitätsstandards in Privatküchen. Eine ressourcenschonende Produktion, kurze Transportwege sowie deutlich weniger Altgeräte-Entsorgung entlasten die Umwelt. Darauf gibt berbel eine Fünf-Jahres-Garantie.



Lutz Burneleit  
Liebherr Hausgeräte



Hans-Joachim Kalek  
Hansgrohe



Karl von Bodelschwingh  
berbel



Stylish in Brombeer. Häcker setzt besondere Akzente abseits der weißen Küche.

Foto: Falko Wachendörfer

# Volle Planungsfreiheit bei Häcker

**RÖDINGHAUSEN.** (tw). Viel Trubel herrschte in den vergangenen Tagen bei Häcker in Rödinghausen. Die Besucherzahlen ähneln denen von 2019, man merkt, dass die Menschen wieder Lust auf Messe haben.

Das Motto der diesjährigen Hausmesse „No Limits“ deutet es an: Zu entdecken gibt es neben diversen Küchenneuheiten verstärkt Möbel, die den Übergang zwischen Kochen, Essen und Wohnen herstellen.

Nach der erfolgreichen Markteinführung von concept130 im letzten Jahr, finden die Hausmessebesucher in diesem Jahr besonders viele Neuheiten bei der Pro-

duktlinie systemat. Zu den Highlights gehören neue Holzdekor mit PerfectSense® und Feelwood Strukturen. Eine matte und samtige, natürliche Oberfläche mit Anti-Fingerprint Eigenschaften. Ein besonderer Hingucker in der Ausstellung ist ein filigranes Rillenfurnier, das in den Ausführungen Eiche-elegant sowie Nussbaum-elegant und Eiche-Schwarz erhältlich ist.

Vorteil für den Kunden: concept130 und systemat sind perfekt aufeinander abgestimmt und lassen sich beliebig kombinieren.

Auch bei Häcker kommt neben den klassischen weißen und trendigen dunklen Fronten im-

mer mehr Farbe zum Einsatz. Viel Auswahl für mehr Individualität und Planungsfreiheit. Auffällig ist der Trend zu unterschiedlichen Grüntönen.

Im Kontext Küchen und Wohnen spielt auch das Thema Beleuchtung eine große Rolle. Sowohl zum Arbeiten als auch für eine angenehme Atmosphäre präsentiert Häcker neue, Smart Home-fähige Beleuchtungssysteme. Neue Einbauspots, Pendelleuchten und beleuchtete Glasablagen in Edelstahl und Schwarz geben Räumen eine stimmige Atmosphäre, in der alle Elemente aufeinander abgestimmt sind.

**xeno**  
KÜCHEN

www.xeno-kuechen.de

XENO LIVE ERLEBEN

iQ700  
Der Backofen,  
der mitdenkt

Erreiche perfekte Ergebnisse nach deinem Geschmack mit dem Bräunungssensor – integrierte Kamera und Künstliche Intelligenz machen es möglich. [iQ700-Backoefen.de](http://iQ700-Backoefen.de)

CONNECTED BY  
**Home Connect**

Siemens Hausgeräte

**SIEMENS**

## Region bewegt Redaktionschefin Entschleunigen in Ostwestfalen

„Hier wächst unser Brot.“ Wer auf dem Weg zwischen den verschiedenen Ausstellungen aufmerksam hinsah, konnte am Rand viele Hinweise dafür entdecken, dass hier in der Region Nachhaltigkeit längst gelebt wird. Eigentlich schon immer. Denn ob Bauernhöfe mit Hinweisen auf den eigenen Hofladen, Koppeln mit Pferden und Kühen sowie weitläufige Wiesen und Felder – es ist ein Bild, das jeder kennt, der schon einmal die Herbstmesse in Ostwestfalen besucht hat. Und es wundert natürlich



auf einer Basis aus Altglas aufbauen oder Frontmaterial, das aus recyceltem Plastik hergestellt wird. Darüber hinaus werden Wiesen angelegt, Photovoltaikanlagen gebaut und mehr und mehr Kooperationen mit heimischen Unternehmen geschlossen statt auf die lange hochgelobte Globalisierung zu setzen. Gerade letzterer

Aspekt ist beim Nachhaltigkeitsgedanken nicht ganz unwichtig, denn einerseits entfalten lange und energieintensive Lieferwege, andererseits ist bei kürzeren Lieferzeiten die Lieferfähigkeit oft deutlich höher. Bleibt zu wünschen, dass all diese Maßnahmen gemeinsam mit den Bestrebungen anderer Unternehmen – hier sei nur das Stichwort „umdenkbar“ genannt – schnell Früchte tragen. Damit die Region weiterhin nicht nur für die höchste Dichte an Küchenherstellern bekannt bleibt, sondern auch ihren landschaftlichen Reiz behält, der beim Herstellerhopping Blick und Gedanken so wunderbar schweifen lässt und zum Runterkommen einlädt.

**Jacqueline Paulick**

## Küchenbranche im Krisenmodus

# Sind die goldenen Zeiten vorbei?

**RÖDINGHAUSEN (tw).** Neben der Küchenmesse in Ostwestfalen fand dieser Tage noch ein zweites weltbewegendes Ereignis statt: die Trauerfeier für Königin Elizabeth II. Der Tod der Queen nach einer Regentschaft von unglaublichen 70 Jahren markiert nicht nur in Großbritannien eine Zäsur. Er ist das Ende einer Ära, der Beginn einer ungewissen Zukunft.

Gleiches lässt sich – fasst wortwörtlich – über die Küchenbranche sagen. Veränderungen gab es in den letzten Jahren zu Genüge. Doch die Herausforderungen, die die Corona-Pandemie mit sich brachte, verblasen im Vergleich zu den Umwälzungen, die die aktuellen wirtschaftlichen Entwicklungen uns bescheren. Und hier stehen wir – im Gegensatz zu Corona – erst am Anfang.

Kein Wunder, dass die meisten Aussteller in diesem Jahr auf Bewährtes setzen. Wirkliche Produktneuerheiten lassen sich an einer Hand abzählen. Stattdessen dominieren Weiterentwicklungen, Optimierungen, Rückbesinnung auf Kernkompetenzen. Wie lassen sich Produkte verbessern, was wünschen sich die Kunden, wie lässt sich der Handel unterstützen?

Überall stellt man sich die Frage, wie man der sinkenden Nachfrage begegnen soll. Was tun, damit hohe Energie-, Transport- und Materialkosten nicht die Margen komplett „auffressen“? Wie lassen sich Liefer-schwierigkeiten kompensieren, um die verbliebenen



Das fragt sich unsere Redaktions-Queen Trine Wittendorff, die trotz MHK Welt-Triokratie (mit Jacqueline Paulick und Birgit Thissen-Ackermann) die Beerdigung von Queen Elizabeth II. im Einsatz für die Küchenbranche verpasste. Foto: Jacqueline Paulick

Kunden bestmöglich zufrieden zu stellen?

Auf all diese Fragen gibt es noch keine klaren Antworten, doch die Branche zeigt sich – das wurde in jeder Halle und an jedem Messestand deutlich – entschlossen und kämpferisch. Ste-

hen wir vor einer Zeitenwende? Möglicherweise. Doch gerade in turbulenten Zeiten werden oft die besten Ideen geboren, finden die wichtigsten Entwicklungen statt.

So wird das Thema Nachhaltigkeit mit einer Ge-

schwindigkeit vorangetrieben, die bislang kaum vorstellbar war. Es bleibt uns nichts anderes übrig, als Energie zu sparen. Nutzen wir die Gelegenheit, um Strategien für eine Energie-wende zu entwickeln, von der am Ende Mensch und

Umwelt profitieren. Vielleicht sind die goldenen Zeiten für die Küchenbranche erst einmal vorbei. Doch wir werden gemeinsam einen Weg aus der Krise finden. Und die Briten werden sich mit King Charles arrangieren.

## Zertifizierte Führungskraft im Einzelhandel und Handwerk

# MHK Group baut Fortbildungsangebot aus

**RÖDINGHAUSEN/DREIEICH (jp).** Verkäufer, Monteure, Fahrer... Der Fachkräftemangel ist für viele Unternehmen der Branche keine abstrakte Bedrohung. Im Gegenteil. Ob international agierender Hersteller oder lokales Fachgeschäft – für sie alle ist die Suche nach Mitarbeitern eine konkrete Herausforderung. Vor diesem Hintergrund gewinnt ein weiterer Aspekt an Bedeutung: Das bestehende Personal langfristig an das eigene Unternehmen zu binden.

Beide Herausforderungen stehen im Fokus des neuen Fortbildungsangebotes

„Zertifizierte Führungskraft im Einzelhandel und Handwerk“, das die MHK Group in Zusammenarbeit mit der IHK ab Anfang Dezember ihren Gesellschaftern anbietet. „Wir wollen unsere Gesellschafter fit machen, denn die Mitarbeiterführung hat sich in den vergangenen Jahren stark verändert und ist deutlich komplexer geworden“, erläutert MHK-Expansionsmanager Markus Paul. Die Fortbildung erstreckt sich über einen Zeitraum von neun Monaten und vermittelt den Teilnehmern in einer Kombination aus Präsenztage, online Lernen und persönli-

chen Coachings wie sie das Potenzial ihrer Mitarbeiter steigern, die Zufriedenheit und Leistungsbereitschaft fördern und gleichzeitig die eigene Resilienz stärken können.

Neben den sogenannten Soft Skills beleuchtet die Ausbildung insgesamt sechs Modulen bestehende Fortbildung in einem zusätzlichen Sondermodul den Umgang mit den Hard Facts: den eigenen Geschäftszahlen. „In diesem Modul erfahren die Teilnehmer, wie sie ihre betriebswirtschaftlichen Kennzahlen auswerten und daraus entsprechende Handlungen ableiten oder wie sie einen

regionalen Markt schaffen und beobachten“, so Markus Paul.

Das IHK-zertifizierte Angebot des Dreieicher Verbandes richtet sich an seine Jungunternehmer, Nachwuchsführungskräfte und Geschäftsführer ebenso wie an all jene, die innerhalb der MHK-Mitgliedsbetriebe mit Personalführung zu tun haben. Über ihr Angebot, das offen für alle MHK-Verbände aus den Bereichen Handel und Handwerk ist, informiert die MHK Group auch während der Herbstmesse an ihrem neuen Standort, den MHK Forum auf Gut Böckel.



Ulrich Dudeck  
Dornbracht Gruppe



Sven-Michael Funck  
Schock



Peter Herzberger  
Beko Grundig

## Steht das Engagement in autokratischen Ländern in Frage?

# Was können wir selbst beeinflussen?

Zugabe zum Dritten und doch nicht weniger wichtig. Wichtige Persönlichkeiten der Branche äußern sich nicht nur zu den anstehenden Aufgaben, sondern schätzen auch die aktuelle Lage ein.

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

**Ulrich Dudeck, Dornbracht International GmbH:**

Wir alle müssen uns intensiv mit den Krisen unserer Zeit auseinandersetzen und Lösungen suchen. Eine Rückkehr zu gewohnten Strukturen wird es nicht mehr geben.

Wir müssen uns fragen, was wir beeinflussen können und dort Anpassungen vornehmen. Energieverbrauch reduzieren und in

erneuerbare Energie investieren, für knappe Materialien Ersatz finden oder damit umgehen, auf sie zu verzichten.

Wir müssen unser Engagement in autokratisch gesteuerten Märkten auf ein noch vertretbares Maß reduzieren.

**Sven-Michael Funck, Schock:**

Ein aktuelles Risiko ist natürlich die drohende weltweite Rezession. Steigende Energiepreise, eine abkühlende Weltkonjunktur und eine, vor allem durch die Inflation ausgelöste sinkende Kaufkraft. Trotzdem, der Wille und Wunsch unserer Kundinnen und Kunden nach einem stylishen, gemütlichen Zuhause ist zeitgleich ungebrochen. Mit unseren innovativen Produkten können wir diesem Bedürfnis voll Rechnung tragen und Funktion, Design

und Nachhaltigkeit perfekt verschmelzen lassen.

**Peter Herzberger, Beko Grundig:**

Nahezu alle Branchen sind von der anhaltenden Situation knapper Ressourcen in Verbindung mit unsicheren Beschaffungszeiten und -wegen sowie steigenden Kosten betroffen. Die Küchenbranche hat sich bisher in diesem Umfeld erstaunlich gut entwickeln können.

Dass sich diese Situation verändern wird, ist bereits teilweise zu spüren. Es kommt daher in Zukunft noch mehr darauf an, die Anschaffung einer Küche als innovatives, emotionales und langlebiges (nachhaltiges) Produkt zu fördern. Gerade mit nachlassender Kaufkraft der Konsumenten steht der Küchenkauf noch mehr im Wettbewerb zu Themen wie Autokauf und Urlaub.

## Natürlich nolte – Küche. Living. Spa.

**LÖHNE (jp).** Küche. Living. Spa. Diese drei Bereiche vereint nolte im nahezu verdoppelten Nolte Forum. Im Eingangsbereich empfängt die Besucher eine deckenhohe Pflanzeninstallation, die das diesjährige Messemotto „natürlich nolte“ versinnbildlicht. Von der Natur inspiriert, präsentieren sich schließlich auch die Neuheiten für das Küchenjahr 2023. Natürliche Farben wie das neue black green, ein hervorragender Partner sowohl für Fronten in Holz- oder Schwarzttönen, und Materialien liegen dabei nicht nur im Trend, sondern passen zum Thema Nachhaltigkeit, das auch für Nolte Küchen immer wichtiger wird, denn während der Hausmesse gibt Nolte Küchen den Fachbesuchern auch einen Einblick in den gelebten Klima- und Umweltschutz, den das Unternehmen vorantreibt.



Immer für die Besucher da: Naomi Kirschberger und Munge Mambo ruhen sich in einer kurzen Schnaupause vom Messebetrieb bei nolte aus. Foto: Jacqueline Paulick