

# HARTDRAN

## Der HARTMANN-Möbel-Report

Knall in Rheinbach:

### Der Küchenring und Alliance ohne Jürgen Feldmann

Kleine Überraschung vor Pfingsten: **Jürgen Feldmann**, Geschäftsführer der Rheinbacher Verbundgruppen **Der Küchenring** und **Alliance**, ist mit sofortiger Wirkung aus der Geschäftsführung beider Verbände ausgeschieden.

Diese Entscheidung habe man in Rheinbach „gemeinsam und einvernehmlich getroffen“, heißt es in der offiziellen Mitteilung vom 06.06.2025. - „Nachdem zuletzt unterschiedliche Auffassungen über die strategische Ausrichtung der Verbände angesichts der aktuell herausfordernden wirtschaftlichen Rahmenbedingungen deutlich wurden“, so die wenig originelle Begründung.

Eine dauerhafte Nachfolgeregelung werde zu gegebener Zeit getroffen. „Bis auf Weiteres übernimmt **Marko Steinmeier** die alleinige Geschäftsführung der Verbände **Der Küchenring** und **Alliance**.“

**Jürgen Feldmann** trat 2019 als Prokurist in den Verband **Der Küchenring** ein und übernahm im Jahr 2020 von **Manfred Töpert** die Geschäftsführung für die Bereiche Marketing und Vertrieb. Vor seiner Tätigkeit bei **Der Küchenring** verantwortete er seit 2009 als Mitglied der Geschäftsleitung und Prokurist bei der **GARANT Marketing GmbH** in Rheda-Wiedenbrück den Geschäftsbereich Küche.

In den letzten Jahren habe **Jürgen Feldmann** maßgeblich dazu beigetragen, den Verband **Der Küchenring** erfolgreich weiterzuentwickeln, lautet das Lob zum Abschied. Besonders hervorzuheben sei dabei die erfolgreiche Einführung des neuen Marketing-Portals, das heute einen wichtigen Baustein im Dienstleistungsangebot des Verbands darstellt. Zudem habe er beim Schwesterverband **Alliance** den Bereich Küche verantwortet.

Der Beirat von **Der Küchenring** würdigt ausdrücklich die Verdienste des scheidenden Geschäftsführers: „Wir danken **Jürgen Feldmann** herzlich für sein großes Engagement, seine fachliche Kompetenz sowie seinen wertvollen Beitrag zur positiven Entwicklung unseres

Unternehmens in den vergangenen Jahren.“ Er habe mit seinem Einsatz entscheidend dazu beigetragen, den Verband zukunftsfähig aufzustellen.

„Hallo! Ich suche eine neue Stelle und würde mich über Unterstützung freuen. Wenn Sie von Karrierechancen hören oder sich einfach kurz melden möchten, senden Sie mir bitte eine Nachricht oder kommentieren Sie unten. Ich würde gerne wieder Kontakt mit Ihnen aufnehmen.“ So habe sich **Jürgen Feldmann** aktuell auf seinem LinkedIn Profil geäußert schreibt Branchenkennerin **Stefanie Willach** in ihrer **KüchenNews**.

Und hält nicht groß hinterm Berg mit den Hintergründen zu Feldmanns Abschied. Damit habe Feldmann öffentlich gemacht, was hinter vorgehaltener Hand auf der JHV von **Der Küchenring** in Prag gemunkelt wurde.

Zitat **KüchenNews**: „Die Stimmung zwischen dem Beirat von Küchenring und **Jürgen Feldmann** ist vergiftet. Beiratschef **Michael Kramp** und seine Kollegen verordnete dem Küchenring einen harten Sparkurs.“ Alle Neueinstellungen ständen unter Zustimmungsvorbehalt des Beirats, habe Kramp in Prag ausgeführt. Und das Marketingportal – Feldmanns Herzensprojekt – müsse kostenseitig unter Kontrolle gehalten werden. Hier liegt wohl einer der wesentlichen Gründe für die Trennung **Feldmann/Küchenring**. „Der Beirat brems uns aus“, habe **Jürgen Feldmann** in Prag vor den Gesellschaftern erklärt.

Aus Rheinbach heißt es dazu in einem Schreiben an die Geschäftspartner in der Industrie lediglich: „Ihre gewohnten Ansprechpartner im Einkauf bleiben unverändert **Kai Buchheister** und **Anja Dissen-Tombrock**, über weitere Entwicklungen werden wir Sie selbstverständlich direkt informieren.“ ♦

„Der Beirat brems uns aus“:  
**Jürgen Feldmann** geht  
(© Alliance)



#### Inhalt:

**BEGROS**  
mit Möbel Rieger

**Opti Wohnwelt**  
neu aufgestellt

**Personalien:**  
Richard Brantzen,  
Eva Dornieden,  
Andreas Dups,  
Susanne Finke,  
Patrick Glahn,  
Nils Hardtke,  
Bernhard Heitfeld,  
Dejan Ilić,  
Jochen Püls,  
Dominic Simon,  
Oliver Streck,  
Erwin Wall,  
Thomas Wyschka

## ERFOLGREICHE GESCHÄFTSAUFGABE

bei Kuschnerreit - Haus der Küche in Beckum

**65 Musterküchen**  
erfolgreich verkauft.  
**Gewusst wie...**

**„So funktioniert  
Musterküchen-Abverkauf!“**

Rainer Kuschnerreit, Geschäftsführer  
Kuschnerreit - Haus der Küche



Hier geht's  
zum  
Beitrag:



Persönlichen Beratungstermin vereinbaren:

**02431 / 977485-0**

**CHAAR**  
UNTERNEHMENSBERATUNG  
Aktionen für den Einzelhandel

... der Werber- und  
Abverkaufsspezialist  
seit über 30 Jahren!

CHAAR Unternehmensberatung GmbH | info@chaar-gmbh.de | www.chaar-gmbh.de

HartDran in Echtzeit:  
Tagesaktuelle  
Meldungen auf  
www.hartdran.com



Der HARTMANN  
Möbel-Report

# HARTDRAN

Suchen

**HARTDRAN 507**

**AKTUELLE AUSGABE**  
KOMMENTARE  
MELDUNGEN  
ABONNEMENT  
ANZEIGEN  
KONTAKT

> HOME  
> IMPRESSUM

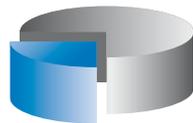
**HARTDRAN**  
Möbel-Report

**DIE TOP-THEMEN:**

- > VME in Rotterdam
- > Nolte Möbel: Aus und vorbei
- > Forte: auf Sparkurs
- > Küppersbusch: mit Teka nach China
- > Zahlen und Daten: Alliance, EMV, GARANT, MHK Austria
- > Personalien: Horst Blakowski, Dr. Henning Dammer, Bernd Eckl, Markus Ertel, Carl-Christoph Held, Torben Loß, Sonja May, Patrick Pohlmann, Dennis Wojcinski

KOMMENTARE

KÜRZMELDUNGEN



**STEINKÜHLER**  
Unternehmensberatung

# DIE MÖBEL- BERATER

Zertifizierte Sanierungs- & Restrukturierungsberatung

Umsatz, Marketing, Kalkulation, Kosten, Liquidität, Organisation, Expansion, Gründung, Nachfolge

Für ein unverbindliches persönliches Gespräch stehen wir Ihnen jederzeit gerne zur Verfügung:

Tel. 0 22 71/450 31 77 · steinkuehler-ub@online.de · www.steinkuehler-unternehmensberatung.de

## „Wir sind verhalten ...

... positiv optimistisch.“ Das hat **Bernd Weisser**, Vorstandssprecher der Arbeitsgemeinschaft die Moderne Küche auf der Wirtschaftspressekonferenz der **AMK** in Köln gesagt. Und **Carsten Dierig**, Wirtschaftskorrespondent der Zeitung *Welt* und intimer Branchenkenner, hat festgestellt, „dass solche Sätze eher zum klassischen Fußballersprech gehören als zum Management-Vokabular“.

Dierig, der sich am 21.05.2025 unter dem Titel „Der neue Hang der Deutschen zur Luxusküche“ in einem lesenswerten Bericht ausführlich mit der Lage der Küchenbranche in Deutschland beschäftigt hat, räumt dann aber auch ein, Weisser selbst habe zugegeben, „Der Begriff ist blöd“.

Er wolle halt sagen, dass er zuversichtlich sei und die Lage positiv einschätze, es gleichzeitig aber noch immer Unwägbarkeiten gebe. Ein weiteres schlechtes Jahr werde 2025 aber wohl nicht. – Mehr zu den Jahreszahlen der **AMK** lesen Sie auf Seite 7+8 in dieser Ausgabe. Interessant an dem *Welt*-Bericht sind übrigens nicht nur die Ausführungen von **Carsten Dierig**, sondern ganz besonders auch einige Leserkommentare, die eine eher erstaunliche Sicht der Konsumenten offenbaren.

Da kommentieren langjährige Küchen-Nutzer die Feststellung, die normale Küche habe eine Lebensdauer von 15 bis 20 Jahre mit Erfahrungsberichten aus der eigenen Kochgeschichte.

So schreibt ein Leser angesichts von Küchen-Preisen im fünfstelligen Bereich: „Irgendwo muss ich falsch abgebogen sein... Vor 7 Jahren für meine damalige Mietwohnung eine **Poco Nobilia Küche** Typ Pura planen und einbauen lassen. ... Standard Geräte bis auf meine Siemens Spülmaschine von Bj. 2001, die bis jetzt alle Umzüge mitgemacht hat. Auch die Poco Nobilia Küche hat den letzten Umzug mitgemacht, sitzt zwar nicht

perfekt, aber hat keine Mängel. Gekostet hat das ganze 5.150,00 Euro.“

Und ein ebenso sparsamer Küchenkäufer offenbart: „Ich finde das System von **IKEA** ganz gut: Man kann Standardgerät einbauen, wenn erforderlich - und alle paar Jahre macht man mal neue Fronten dran, und eventuell ne neue Arbeitsplatte, neue Sockel, neue Beleuchtung - kann man selbst machen und sieht zum Bruchteil des Preises neu aus. :-)“

Aber auch zur allgemeinen Laufzeit höherwertiger Küchenausrüstung gibt es Wortmeldungen. Zitat: „Ich habe 1992 eine Markenküche für 20.000 DM gekauft. 2022, also 30 Jahre später habe ich die Wohnung samt Küche verkauft. Ausgetauscht habe ich in der Zeit die Spülmaschine und die Spüle. Alles andere war Original. Die Geräte liefen anstandslos und die Möbeleinbauten waren optisch und funktional wie neu.“

Ein besonders origineller Beitrag aber zum Schluss. Da berichtet ein Leser (Ralf K.) wie folgt aus seiner Nachbarschaft: „Muss gerade an meine alten Nachbarn Müller denken... die haben sich im hohen Alter eine neue Küche gekauft und die alte Küche in den Keller bauen lassen und dort gekocht damit die neue Küche geschont wird.“

Ein Verhaltensmuster, über das sich die Küchenvermarkter durchaus mal Gedanken machen könnten: Kochen mit der Alten, um die Neue zu schonen. Interessanter Ansatz. – Ralf K. schließt seinen Beitrag zum Thema übrigens mit der Bemerkung: Da ich selbst nicht koche tut es **IKEA**... Das gesparte Geld trage ich in die Gastronomie! – So geht es natürlich auch!

Ihr




Ralf Hartmann

### IMPRESSUM

**Hartmann Media GmbH**,  
Berger Str. 15, 82319 Starnberg  
**Postanschrift:** Postfach1105, 82301 Starnberg  
Tel.: 0 81 51 / 556 67 05  
Mobil: 01 75 / 2 44 09 74  
e-mail: hartdranreport@gmail.com  
**Internet:** www.hartdran.com  
**Herausgeber:** Ralf Hartmann  
**Redaktion:** Ralf Hartmann (verantw. für d. Inhalt),  
Philipp Hartmann

**Anzeigen/Vertrieb/Aboverwaltung:** Anna Hartmann  
**Layout und Druck:** PC-HELP GmbH/Digitaldruck, Regina Dautenhahn  
82515 Wolfratshausen  
**Erscheinungsweise:** 15x im Jahr  
**Bezugskosten:** als Jahresabonnement  
€ 150,- zzgl. Versand + ges. MwSt.  
**Anzeigenpreise:** Zur Zeit gilt die Preisliste Nr. 10 vom 01.11.2019  
**Bankverbindung:** Merkur Bank KGaA  
IBAN: DE15 7013 0800 0000 005231  
BIC: GENODEF1M06

Na sowas!

## Möbel Rieger von VME zu BEGROS

Das Gerücht ist so alt, dass es kaum noch jemanden interessiert hat. Und Peng! Jetzt ist es passiert. „**BEGROS** begrüßt **Möbel Rieger** im Verband“, lautet die frohe Botschaft aus Oberhausen.

Im Wortlaut: „Die **BEGROS** in Oberhausen begrüßt ein neues Mitglied in ihren Reihen: Das renommierte und seit

75 Jahren erfolgreiche Familienunternehmen **Möbel Rieger** mit Sitz in Göppingen gehört ab dem 01. Januar 2026 offiziell zu den Mitgliedern der **BEGROS-Verbandgruppe**.“

Ein herber Schlag für den **Einrichtungspartnerring VME** mit Sitz in Bielefeld, dessen Flaggschiff die **Möbel Rieger Gruppe** seit Jahr und Tag gewesen ist. Und jetzt freut sich die **BEGROS**: „Die sieben hochmodernen und architektonisch anspruchsvollen Möbelhäuser in Aalen, Erfurt, Esslingen, Gera, Göppingen, Heilbronn und Reutlingen sowie die Tochtergesellschaft **Küchen-Arena** mit vier großflächigen Küchenfachmärkten in Heilbronn, Ludwigsburg, Ulm und Waiblingen“, heißt es in der offiziellen Mitteilung aus der Oberhausener **BEGROS-Zentrale**, „werden in dritter Generation von **Benno Rieger** geführt.“ Somit bietet das Unternehmen eine Ausstellungsfläche von rund 260.000 qm, auf der mehr als 1.200 Beschäftigte agieren.

Und **Oliver Mütter**, Geschäftsführer der **BEGROS**, freut sich, „dass unsere Services und Leistungen überzeugend sind und wir mit **Möbel Rieger** ein weiteres, erfolgreich am Markt positioniertes Möbelunternehmen für einen Beitritt gewinnen konnten“. ♦

Mit Jahresbeginn 2026 Mitglied bei der **BEGROS** in Oberhausen: **Möbel Rieger-Zentrale** in Göppingen (© Rieger)



Mit **Möbel Rieger** ein Dickschiff hinzugewonnen: Die **BEGROS-Zentrale** in Oberhausen (© BEGROS)

Reaktion aus Bielefeld:

## Alles Gute für Möbel Rieger!

Einen Tag nachdem am 03.06.2025 der bevorstehende Wechsel des **VME-Filialisten Möbel Rieger** zur **BEGROS** bekannt gegeben wurde, gab es ein offizielles

Statement der **VME-Führungsspitze** um Hauptgeschäftsführer **Frank Stratmann**. Er schreibt:

„Damit endet eine langjährige, vertrauensvolle Zusammenarbeit. Wir respektieren die Entscheidung und danken **Möbel Rieger** für das entgegengebrachte Vertrauen, die engagierte Mitarbeit und die zahlreichen gemeinsamen Projekte, die unseren Verbund mitgeprägt haben.“

„Weiterhin gut aufgestellt“: **VME-Messe-Zentrum** in Bielefeld (© VME)

Der Markt befindet sich in einer Phase, in der vieles in Bewegung ist. Dass Unternehmen Gespräche führen und Optionen prüfen, sei Teil dieses Prozesses, so Stratmann weiter. Die aktuelle Lage stelle viele Unternehmen vor neue Herausforderungen – eröffne aber gerade im Verbund auch neue Perspektiven.

Und so sehe sich der **Einrichtungspartnerring VME** auch nach dem Ausscheiden von **Möbel Rieger** weiterhin gut aufgestellt. Stratmann: „Eine starke Gemeinschaft von rund 200 Mitgliedsunternehmen – darunter weiterhin alle Vertreter der Großfläche wie **WEKO** und **Möbelmarkt Dogern**, die ihre Verbundenheit noch einmal bekräftigt haben – sowie die klare Ausrichtung auf Digitalisierung, Markenstärkung und partnerschaftliche Zusammenarbeit schaffen beste Voraussetzungen für die Zukunft.“

Und so lautet das Fazit: „Unser Verbund steht unverändert für Kontinuität, Verlässlichkeit und zugleich für die Entschlossenheit, Projekte strategisch, vorausschauend und im Miteinander zu gestalten.“ ♦

„Die aktuelle Lage stellt viele Unternehmen vor neue Herausforderungen ...“: **VME-Hauptgeschäftsführer Frank Stratmann** (© HartDran)



„Gestärkt in die Zukunft“:

# Opti Wohnwelt stellt sich neu auf

Ereignisreiche Monate liegen hinter **Oliver** und **Michael Föst**, die im Juli letzten Jahres Insolvenz anmelden mussten für ihre **Opti-Wohnwelt Föst GmbH & Co. KG** mit Stammsitz im unterfränkischen Niederlauer. Nach Eröffnung des Insolvenzverfahrens in Eigenverwaltung im September 2024 erfolgte die Schließung von 10 der insgesamt 40 Möbelhäuser des **BE-GROS-Filialisten** und nun wird die Fortführung der verbliebenen 30 Standorte quer durch ganz Deutschland organisiert.

„Noch besserer Kundenservice und nachhaltigere Infrastruktur“, das stehe im Mittelpunkt der Investitionen, die von der **Opti-Wohnwelt Gruppe** in den vergangenen Monaten getätigt wurden, lautet die aktuelle Botschaft. Damit unterstreiche die Möbelhauskette ihren Anspruch, auch in Zukunft erfolgreich zu sein.

Zu den vielfältigen Maßnahmen gehöre die Einführung von KI im Service Center. Immer dann, wenn Mitarbeiter persönlich nicht erreichbar seien, stehe der „digitale Kollege“ parat, um Anliegen von Kunden aufzunehmen, so die Ansage. Diese würden daraufhin zurückgerufen, wobei die jeweiligen Mitarbeiter dann mit dem Sachverhalt bereits vertraut seien. „Ein wichtiger Schritt in Richtung digitaler, effizienter und serviceorientierter Zukunft“, freuen sich die Verantwortlichen.

Zudem sei auch in die Gebäude selbst investiert worden. So hätten zum Beispiel die Filialen in **Haiger** und **Backnang** neue Dächer bekommen. Gerade letztgenannte Sanierung sei anspruchsvoll gewesen. „Es war ein wirklich großes Projekt, das uns über viele Monate beschäftigt hat“, erklärt Standortleiter **Daniel Pilsits**. Und **Oliver Föst**, geschäftsführender Gesellschafter der **Opti-Wohnwelt Gruppe**, versichert: „Auch in Zeiten wirtschaftlicher Herausforderungen behalten wir Qualität, Sicherheit und Zukunftsfähigkeit fest im Blick.“

Die **Opti-Wohnwelt Föst GmbH & Co. KG** wurde 1978 gegründet und eröffnete 1979 ihr erstes Möbelhaus. Heute gehören zur Gruppe mit Stammsitz in Niederlauer (Unterfranken) insgesamt fünf Firmen. Das mittelständische Unternehmen mit bundesweit insgesamt 30 Möbelhäusern (**20 Opti-Wohnwelten** und **10 Opti-MegaStores**) ist seit Gründung in Familienhand und wird von **Oliver** und **Michael Föst** als Geschäftsführer geleitet. ♦

Serviceangebot und Sortiment erweitert: **Opti Wohnwelt** kämpft sich aus der Insolvenz (© **Opti-Wohnwelt**)



## Kooperation im Messe-Business:

# Lifestyle-Events bündeln die Kräfte

Die deutsche Lifestyle-Show **TRENDS UP WEST (TUW)** und die niederländische Fachmesse **showUP** haben eine Kooperation beschlossen. Die Zusammenarbeit hat im Juni 2025 begonnen.

Die Schnittmengen zwischen den beiden Lifestyle-Events sind groß: Beide Shows richten sich mit ihren jeweiligen Standorten in **Düsseldorf** und **Amsterdam** an ein designaffines Fachpublikum aus Einkäufern von Wohn- und Geschenkgeschäften, Concept Stores, Webshops, Kaufhäusern und Museumshops.

Die **showUP** existiert seit 2013 und gilt als führende Fachmesse für Home & Gift in **Benelux**. Dieses Jahr findet die Veranstaltung zum 25. Mal statt. **TRENDS UP WEST** hingegen wurde während der Pandemie als alternatives Branchen-Event ins Leben gerufen und hat sich in den bisherigen sieben Ausgaben zu einer wichtigen Trendplattform für Designprodukte und Geschenkideen im westdeutschen Raum und darüber hinaus entwickelt.

„Mit der Kooperation möchten wir neue Impulse setzen – insbesondere im Hinblick auf Produktvielfalt, Markenpräsenz und internationale Vernetzung – und so noch mehr begeisterte Besucher für die beiden Events gewinnen“, erklärt **TUW**-Projektleiter **Christian Kasch**.

Dabei gehe es um Sichtbarkeit (Platzierung des Partnerlogos auf den Homepages, in Newslettern und in Print-Publikationen), um Informationsaustausch (gegenseitige Informationsstände auf den Messen) und um Kommunikation (gemeinsames Mailing an die Ausstellerdatenbanken).

Die Organisatoren beider Seiten sehen in der Partnerschaft eine sinnvolle Maßnahme, um das Messeerlebnis für Aussteller und Besucher weiter zu stärken – „grenzübergreifend und zukunftsorientiert als starke Lifestyle-Shows im Westen Europas“.





„Wir denken nicht in traditionellen Messe-Kategorien, sondern wollen den Menschen, die sich mit schönen Dingen beschäftigen, einen außergewöhnlichen Rahmen für ihr Business zur Verfügung stellen“, sagen die beiden **showUP**-Organisatoren **Maya Kol** und **Daan van Trigt**.

Ende Juni wieder am Start: **TRENDS UP WEST** kooperiert mit der niederländischen Fachmesse **showUP** (© TUW)

Die nächste **TRENDS UP WEST** findet vom 28. bis 30. Juni 2025 in **Düsseldorf** statt. Die **showUP** geht vom 31. August bis 01. September 2025 in der **Sugar Factory** in **Halfweg**, in der Nähe von **Amsterdam**, an den Start. Die Winter-Edition findet vom 01. bis 02. Februar 2026 in der **Expo Greater Amsterdam** in Vijfhuizen statt.

**TRENDS UP WEST** ist die Orderplattform für trendstarke Wohnaccessoires, Designprodukte, Geschenkideen und mehr – ausgerichtet auf den deutschsprachigen Fachhandel. Die Messe findet jährlich auf dem **Areal Böhler** in Düsseldorf statt. **showUP** sieht sich als führende niederländische Fachmesse für Home & Gift. Mittlerweile nehmen über 300 Aussteller aus den Niederlanden und dem Ausland teil. ♦

## Schwerpunkt NRW:

# Zentraler Standort der Möbelindustrie

Nordrhein-Westfalen ist weiterhin der zentrale Standort der deutschen **Möbelindustrie**. Im vergangenen Jahr wurden hier unverändert knapp 40 Prozent des branchenweiten Möbelindustriumsatzes (bezogen auf Betriebe mit 20 und mehr Beschäftigten) erzielt.

Ein Drittel aller in der Branche Beschäftigten arbeitet in **Nordrhein-Westfalen**. Allerdings hatten die 288 ansässigen Betriebe – wie die Branche insgesamt – mit einem schwierigen Marktumfeld zu kämpfen. Infolge der allgemeinen Konsumzurückhaltung sank der **Umsatz** um 7,3 Prozent auf knapp **7,3 Milliarden Euro**.

Besonders stark ist die Möbelindustrie – wenig überraschend – in der **Region Ostwestfalen-Lippe** vertreten. Der Schwerpunkt liegt hier in der Produktion von **Küchenmöbeln**. Die 28 ansässigen **Küchenmöbelhersteller** mit ihren rund 10.000 Beschäftigten setzten im vergangenen Jahr rund **3,6 Milliarden Euro** (minus 6,4 Prozent) um. Damit wurden abermals fast zwei Drittel des deutschen Umsatzes des Branchenzweigs Küche in Ostwestfalen-Lippe erwirtschaftet.

„Diese Daten zeigen die große Bedeutung der **Möbel-** und insbesondere der **Küchenmöbelindustrie** als strukturbestimmende Wirtschaftssegmente für Nordrhein-Westfalen und Ostwestfalen-Lippe“, stellt **Jan Kurth**, Geschäftsführer der Verbände der deutschen Möbelindustrie (**VDM/VHK**), fest.

Und wiederholt einmal mehr die bestens bekannte Forderung, nun sei die Politik gefragt, für bessere Rahmenbedingungen zu sorgen, indem der versprochene **Bürokratieabbau** vorangetrieben und der **Wohnungsbau** belebt werde. ♦

Zwei Drittel OWL: Prozentualer Anteil der **Küchenmöbelindustrie** in Ostwestfalen-Lippe am bundesweiten Gesamtumsatz aller Küchenmöbelhersteller (Graphik: VHK Herford)



## MHK-Markenkonzept:

# Erster YCON-Showroom in Köln

„Wir erweitern im Jahr 2025 unsere Architektur zukunftsorientierter Geschäftsmodelle um zwei neue **Franchisesysteme** mit dem Ziel, unseren Unternehmerinnen und Unternehmern zusätzliche Vertriebschancen mit neuen **Kundenzielgruppen** zu eröffnen.“ Das erklärte **Volker Klodwig**, Vorstandsvorsitzender der **MHK Group** Ende März in Berlin auf der Jahreshauptversammlung der Dreieicher Verbundgruppe.

Eines dieser Franchisesysteme ist das innovative **Markenkonzept YCON** „für den lifestyle-orientierten Küchenkauf der urbanen Generation“. Mit diesem Franchisesystem setze **MHK** auf den Trend, den nicht zuletzt **IKEA** mit seinen innerstädtischen Planungsstudios in Gang gesetzt hat.

Und nun ist der Start erfolgt: Der erste **YCON-**

**Showroom** hat am 23. Mai 2025, im **Einkaufszentrum Köln Arkaden** in Köln-Kalk seine Türen geöffnet. Der Franchisenehmer **Raik Musche**, „ein langjähriger Kenner der Küchenbranche“, nutzt das innovative Franchisesystem der **MHK Group**, um in die Selbstständigkeit zu starten.

„Ich freue mich sehr, als Franchisenehmer der **MHK Group** das erste Kapitel der **YCON-Story** zu schreiben“, erklärt **Raik Musche**, und ergänzt: „Wir präsentieren hier auf **170 qm** Showroom-Fläche **sechs Küchen**, die Style mit hochwertiger Qualität kombinieren und die Kaufentscheidung einfach machen.“

Das designorientierte **YCON-Angebot** greife auf die Sortimente der deutschen Marktführer **nobilia** und **Bosch Hausgeräte** zu. Eine Kooperation zwischen **YCON** und „**Sallys Welt**“ mit Produkten der Food-Content-Creatorin **Sally Özcan**, böten zusätzliche Ideen für die Küche zuhause und könnten vor Ort bestellt werden.

„Mit dem **Franchisesystem YCON** haben wir eine relevante, strategische Weiterentwicklung des **MHK-Portfolios** vorgenommen. Damit geben wir nicht nur eine Antwort auf den intensiveren Wettbewerbsdruck im Küchenhandel. Wir eröffnen unseren Gesellschafterin-

nen und Gesellschaftern in der **MHK Group** auch eine attraktive Chance, sich unternehmerisch weiterzuentwickeln und eine neue, dynamisch wachsende Kundengruppe mit den **YCON-City-Stores** zu erschließen“, erklärt **Felix Krüger**, der Corporate Business Development und Strategy bei der **MHK Group** verantwortet.

Weitere **YCON-Eröffnungen** in Deutschland bis Ende des Jahres seien bereits in der konkreten Planungsphase, kündigt der operative Projektleiter **Christian Reupke** an, der das **YCON-Franchisesystem** der **MHK Group** aufbaut. Und fügt hinzu: „Wir sind überzeugt, dass wir einige unserer Küchenfachhandelpartnerinnen und -partner in der **MHK Group** mit dem **Markenkonzept YCON** und der Möglichkeit des Küchenverkaufs in City Stores begeistern können.“ ♦



„... für den lifestyle-orientierten Küchenkauf der urbanen Generation“: Der erste **YCON-Showroom** in Köln-Kalk (© **MHK Group**)

## Hoffnung auf Erholung ab 2026:

# Die Küchenbranche bleibt unter Druck

Auf ihrer jährlichen Wirtschaftspressekonferenz gab die Arbeitsgemeinschaft Die Moderne Küche e. V. (**AMK**) mit Sitz in Mannheim am 20.05.2025 in Köln einen Überblick über die wirtschaftliche Lage der deutschen **Küchenbranche**.

Fazit vorab: „Nach einem schwierigen Jahr 2024 und einem schwachen Start 2025 bleibt die Marktsituation angespannt.“ Aber die Hoffnung stirbt zuletzt. Mittelfristig setze die Branche auf Erholung, sagt **AMK-Geschäftsführer Dr. Volker Irlé**.

2024 habe die Branche ihre Resilienz unter Beweis gestellt, meint Irlé, der für 2025 „eine Phase der Stabilisierung“ erwartet. Und ab 2026 „mit einer spürbaren Erholung des Marktes“ rechnet.

Grund für diesen verhaltenen Optimismus: „Die politische Kurskorrektur, sinkende Baupreise und angekündigte Investitionsmaßnahmen der neuen Bundesregierung lassen auf eine Erholung ab Ende 2025 oder im Laufe des Jahres 2026 hoffen“, erklärt **Bernd Weisser**, Manager Vertrieb und Marketing bei der **nobilia-Werke J. Stickling GmbH & Co. KG** in Verl und Vorstandssprecher der **AMK**.

Rückblick: Nach dem pandemiebedingten Boom der Vorjahre kehrte der Markt 2024 auf das Niveau der Vor-Corona-Zeit zurück. Der Inlandsumsatz der deutschen **Küchenmöbelindustrie** sank laut Statistischem Bundesamt um 8,23 Prozent auf rund 3,04 Milliarden Euro. Der Export ging mit minus 4,38 Prozent etwas moderater zurück (2,62 Milliarden Euro).

Der Gesamtumsatz der deutschen **Küchenmöbelindustrie** betrug 2024 knapp **5,66 Milliarden Euro**, was einem Rückgang von 6,48 Prozent gegenüber dem Vorjahr entspricht. Aber: Trotz der rückläufigen Zahlen habe sich die Küche als stärkstes Teilsegment im Möbelmarkt behaupten können und zeige damit ihre strukturelle Bedeutung als Mittelpunkt des modernen Wohnens.

Dabei gestaltete sich der Jahresstart 2025 schwächer als im Vorjahr: Der **Inlandsumsatz** der **Küchenmöbelindustrie** sank im ersten Quartal leicht um 1,66 Prozent, der Export um 1,96 Prozent. Insgesamt ergibt sich damit ein **Umsatzrückgang von 1,8 Prozent**.

Wie stark der Umsatz im Minus lag und wo die Industrie dennoch punkten konnte, erläuterte **Markus Wa-**



„Resilienz unter Beweis gestellt“: **AMK-Geschäftsführer Volker Irlé**



Setzt auf „politische Kurskorrektur, sinkende Baupreise und angekündigte Investitionsmaßnahmen“: **nobilia Manager Bernd Weisser**



**Wagenhäuser**, Leiter des Bereichs Großgeräte bei der Gesellschaft für Konsumforschung (**GfK**) mit Sitz in Nürnberg: So verzeichneten **Einbaugeräte** im Möbel- und Küchenfachhandel insgesamt rückläufige Absätze. Besonders stark war der Rückgang im unteren und mittleren Preissegment.

„Die Situation bleibt anspruchsvoll, ...“: **AMK**-Vorstandssprecher **Michael Mehnert** (FOTOS © AMK)

**Wachstum** zeigte sich hingegen vor allem bei **hochwertigen Geräten** mit hoher Energieeffizienz.

Auch **smarte Haushaltsgeräte** gewinnen weiter an Bedeutung. Sie machten im Jahr 2024 bereits 29,4 Prozent des Umsatzes mit Einbaugeräten aus. Wagenhäuser sieht darin einen klaren Trend hin zu Qualität und Funktionalität.

„Die Situation bleibt anspruchsvoll, doch es gibt berechtigte Hoffnung“, so **Michael Mehnert**, Geschäftsführer **Siemens Hausgeräte** und Vorstandssprecher der **AMK**. „Wir sehen erste Lichtblicke, vor allem mit Blick auf die politische Unterstützung für den Wohnungsbau und ein sich langsam verbesserndes Konsumklima.“ ♦

Trend hin zu Qualität und Funktionalität: **GfK**-Bereichsleiter **Markus Wagenhäuser**



„Frisch für die Zukunft“: **Werbeagentur Hüper** in Heidenheim (© Hüper)

## German Web Award 2025:

# Werbeagentur Hüper ist dabei

Aus über 2.000 Teilnehmern ist die **Werbeagentur Hüper** mit Sitz in Heidenheim einer der Preisträger des diesjährigen **German Web Awards**, einer begehrten Auszeichnung für innovatives Webdesign.

prämiiert“, sagt **Leopold Hüper** (Head of Digital Marketing). Unter anderem wurde die Website der **Möbel Ewald Kösters GmbH** in Neuenkirchen ausgezeichnet. Seit 2024 arbeitet Hüper mit dem **Möbelhaus Kösters** zusammen.

Geschäftsführer **Peter Hüper** erklärt: „Wir vereinen individuelles Webdesign mit erstklassigem User Experience Design und Responsive Design, um die Marken unserer Kunden einzigartig zu präsentieren.“

Jede Website sei maßgeschneidert, um die spezifischen Bedürfnisse zu erfüllen und die jeweilige Zielgruppe optimal anzusprechen. „Wir glauben an die Kraft der Individualität, erkennen, was unsere Kunden besonders macht und bauen gezielt darauf auf“, betont der Agentur-Chef und gibt sich überzeugt: „So stärken wir die Online-Präsenz unserer Kunden mit Internetauftritten, die visuell begeistern als auch funktional überzeugen.“ Das sei der Weg zum digitalen Erfolg.

Die **Werbeagentur Hüper GmbH** aus Heidenheim-Aufhausen, die im kommenden Jahr ihr 60-jähriges Bestehen feiert und somit auch 60 Jahre Erfahrung in der Möbelbranche, hat es mit gleich drei ihrer Websites geschafft, die begehrte Trophäe nach Hause zu holen.

„Wir freuen uns riesig über die Auszeichnung beim **German Web Award 2025!** Gleich drei von uns gestaltete Websites wurden für ihr herausragendes Design, ihre Benutzerfreundlichkeit und ihren technischen Anspruch

Durch die Auszeichnung werde nun bestätigt, „dass Hüper mit digital-innovativen Dienstleistungen auf dem richtigen Weg ist“. – „Frisch für die Zukunft und bereit für neue Herausforderungen“ – so sieht sich Hüper. ♦

## „BEST PLACE TO LEARN®“:

# Nolte Küchen wieder ausgezeichnet

Die **Nolte Küchen GmbH & Co. KG** mit Sitz in Löhne wurde bereits zum dritten Mal mit dem Gütesiegel „**BEST PLACE TO LEARN®**“ ausgezeichnet.

Das Prädikat „**BEST PLACE TO LEARN®**“ wird von der

**AUBI-plus GmbH** vergeben, einem Bildungsunternehmen, das über sein Online-Portal Bewerber und Arbeitgeber miteinander vernetzt. Zusätzlich zertifiziert **AUBI-plus** Firmen mit herausragender Ausbildungsqualität.

Um sich für die Auszeichnung zu qualifizieren, durchlaufen die teilnehmenden Firmen zunächst ein mehrstufiges Zertifizierungsverfahren, anschließend wird eine anonyme Umfrage im Unternehmen durchgeführt. Bei **Nolte Küchen** wurde eine Gruppe von ca. 100 Personen befragt: Auszubildende und Studierende sowie verantwortliche Ausbilder und Ausbildungsbeauftragte.

Besonders gute Bewertungen habe **Nolte Küchen** für sein Lernumfeld im Betrieb erzielt. Also für die Arbeitsbedingungen, praxisnahes Lernen, die Förderung von Eigenverantwortung und die Zusammenarbeit mit Kollegen. Dabei verfüge **Nolte Küchen** über eine großzügige Lehrwerkstatt mit eigenem Equipment und stelle digitale Lernangebote zur Verfügung. Von Beginn an würden die Nachwuchskräfte aktiv in das Tagesgeschäft sowie laufende Projekte eingebunden.

**Nolte Küchen** produziert mit rund 1.490 Beschäftigten in Löhne und Melle auf über 113.000 qm mehr als 800 Küchen pro Tag. Die Geschäftsführung des 1958 gegründeten Küchenmöbelproduzenten haben **Heiko Maibach, Rüdiger Schliekmann** und **Manfred Wippermann** inne. ♦



Zum dritten Mal ausgezeichnet (oben): **Annika Lange** (Teamleitung Personalentwicklung & Ausbildung, links) und **Jovana Matkic** (Ausbildlerin Industriekaufleute), unten (v.l.n.r.) **Jens Rotert** (Ausbilder Holzmechaniker), **Andrea Milberg** (Aubi-Plus), **Michael Hörstel** (Ausbilder Holzmechaniker) und **Andreas Schlüter** (Personalleiter) (© Nolte Küchen)

## Jahresauftakt gelungen:

# Nolte Küchen sieht sich gut aufgestellt

„Der Jahresbeginn hat unsere Erwartungen erfüllt. Es ist uns gelungen, unsere strategischen Vorhaben konsequent umzusetzen – allen äußeren Unsicherheiten zum Trotz.“

Das sagt **Nolte-Vertriebsgeschäftsführer Heiko Maibach** im Rückblick auf die ersten Monate des Jahres 2025. Zwar stelle die anhaltend angespannte Lage in der Branche – geprägt von einer lahmenden Hausbaukonjunktur, steigenden Kosten, regulatorischen Anforderungen und globalen Lieferkettenproblemen – für viele Unternehmen eine große Belastung dar, **Nolte Küchen** sehe sich jedoch „dank vorausschauender Planung und eines klaren Zukunftskurses“ gut aufgestellt.

Nicht zuletzt, weil das Unternehmen trotz der herausfordernden Rahmenbedingungen auf Personalanpassungen verzichtet habe. „Wir haben bewusst daran festgehalten, unsere Belegschaft vollständig an Bord zu halten – und diese Entscheidung hat sich als richtig erwiesen“, so Maibach. Die Kontinuität im Team habe

maßgeblich dazu beigetragen, die ambitionierten Vorhaben reibungslos umzusetzen.

„Wir investieren bewusst in unsere langfristige Wettbewerbsfähigkeit“, betont Maibach. Gerade in Krisenzeiten sei es wichtig, den Blick nach vorn zu richten und mutige Entscheidungen zu treffen.“ Auch für die kommenden Monate rechne **Nolte Küchen** mit stabilen Entwicklungen und halte an der optimistischen Prognose für das Gesamtjahr fest. ♦



Erwartungen zum Jahresbeginn erfüllt: **Nolte-Vertriebsgeschäftsführer Heiko Maibach** (© Nolte Küchen)

[www.hartdran.com](http://www.hartdran.com)

## Patrick Glahn ...

... lange Jahre Vertriebsleiter bei **Euro Diffusion** und zuletzt für **Disselkamp Schlafräume** unterwegs, verstärkt seit Mitte Mai 2025 das Vertriebsteam der **MCA Direkt Import GmbH** in Schieder-Schwalenberg. „Mit **Patrick Glahn** gewinnen wir einen erfahrenen Vertriebsexperten, der nicht nur die Bedürfnisse unserer Kunden versteht, sondern auch mit seinem strategischen Blick neue Impulse setzen wird“, sagt **Finn Heitmann**, Geschäftsführer der **MCA Direkt Import GmbH**. **MCA Direkt Import** ist ein Unternehmen der **MCA Group** mit Sitz in Schieder-Schwalenberg und spezialisiert auf den Großhandel von Möbeln im mittleren Preissegment. Das Unternehmen beliefert stationäre Möbelhändler sowie Online-Händler in Deutschland, Österreich und der Schweiz.



Neu bei **MCA**: **Patrick Glahn** kommt von **Disselkamp** (© **MCA**)

## Planmäßiger Wechsel ...

... in der Regionalleitung NRW der Leonberger Verbundgruppe **DER KREIS Systemverbund**. **Bernhard Heitfeld** geht nach 16 Jahren Tätigkeit als Regionalleiter in Nord-Rhein-Westfalen in den Ruhestand und übergibt die Verantwortung für die Betreuung der **DER KREIS**-Mitglieder an **Eva Dornieden**. Die gebürtige Münsteranerin Dornieden ist seit De-



Übergabe in NRW (v.l.n.r.): **Bernhard Heitfeld**, **Ralph Leimbach**, **Eva Dornieden** (© **DER KREIS**)

zember 2022 als Regionalleiterin mit den Aufgabenbereichen Betreuung und Ausrichtung von **KÜCHE 3000** und Ausbau von Dienstleistungen im Vertriebsteam der Leonberger Gemeinschaft für Küchenspezialisten tätig. Zuvor war sie als Regionalleiterin für die **EKservicegroup** in Bielefeld und davor in einer Führungsposition für den Branchendienstleister **IEQ Systems** aktiv. „**Bernhard Heitfeld** hat in unserer **DER KREIS** Familie 16 Jahre lang unsere Mitglieder betreut und in seiner Region Nordrhein-Westfalen viel bewegt, sagt **Ralph Leimbach**, Geschäftsführer **DER KREIS Systemverbund**, zum Abschied.

## Jochen Püls ...

... hat mit Wirkung zum 01. Juni 2025 die Geschäftsführung Vertrieb der **Impuls Küchen GmbH** und **puris Bad GmbH & Co. KG** mit Sitz in Brilon übernommen. Er folgt damit auf **Stefan Kükenhöfner**, der das Unternehmen auf eigenen Wunsch zum 31. Mai 2025 verlassen hat. **Jochen Püls**



Übernimmt die Geschäftsführung bei **Impuls** und **Puris Bad** in Brilon: **Jochen Püls** (© **Briloner Möbelwerke**)

verantwortet als Nachfolger von **Ulrich Spleth** bereits seit Januar 2025 die Leitung des Vertriebs bei **Impuls**. Künftig wird er die Geschäftsführung des Vertriebs für **Impuls Küchen** und **puris Bad** verantworten. Bevor sich **Jochen Püls** den **Briloner Möbel Werken** anschloss, war er seit 2019 selbstständig als Interimsmanager sowie als Geschäftsbereichsleiter für das **Einkaufsbüro Deutscher Eisenhändler** und **DORMA Deutschland** tätig. Püls übernimmt nun die Geschäftsführung von **Stefan Kükenhöfner**, der diese Position seit Oktober 2023 innehatte.

## Dominik Simon ...

... verstärkt seit Jahresbeginn 2025 als Creative Director für Veranstaltungen – das Event-Team der **VOGELSÄNGER STUDIOS** in Lage-Pottenhausen bei Bielefeld. Damit, so die Mitteilung, kehre der Creative Director an einen vertrauten Ort zurück: Bereits von 2011 bis 2018 war Simon Teil der **VOGELSÄNGER „Creative Factory“**. Zwischen 2018 und 2023 zog es **Dominik Simon** dann nach Bielefeld, wo er anfangs bei „Elements Entertainment“ und später bei „4 Volumes“ verschiedene Sportgroßveranstaltungen betreute. „Eine passende berufliche Gelegenheit“ habe ihn nun zurück zu **Vogelsänger** geführt. Hier bringe **Dominik Simon** neue Impulse ein – „unter anderem mit innovativen Konzepten rund um internationale Sportveranstaltungen sowie vielfältige Inszenierungen im Raum“.



Ist zurück in Lage-Pottenhausen: Creative Director **Dominik Simon** (© **Vogelsänger**)

## Nils Hardtke ...

... hat mit Wirkung zum 01. Juni 2025 die Position des Marketingleiters bei **Nolte Küchen** in Löhne übernommen. In seiner neuen Rolle werde der studierte Kommunikationswissenschaftler **Hardtke** die strategische Markenführung, internationale Kampagnenplanung sowie die Weiterentwicklung der digitalen Marketingkanäle des ostwestfälischen Küchenherstellers verantworten, lautet die Ansage aus Löhne. **Nils Hardtke**, heißt es weiter, bringe langjährige Erfahrung in leitenden Marketingpositionen mit in seinen neuen Job. So sei er zuletzt als Global Marketing Director bei **sebamed** aktiv gewesen, wo er insbesondere die internationale Markenharmonisierung und den



Von **sebamed** zu **Nolte Küchen**: **Nils Hardtke** ist neuer Marketingleiter in Löhne (© **Nolte Küchen**)

Ausbau digitaler Aktivitäten vorangetrieben habe. Zuvor hatte Hardtke unter anderem Schlüsselpositionen bei **Douglas**, der **BMW Group** und **Home24** inne.

## Richard Brantzen...

... lange Jahre Leiter der Vertriebsregion Mitte bei der **BLANCO GmbH + Co. KG** mit Sitz in Oberderdingen, verabschiedet sich in den Ruhestand. Auf ihn folgt **Thomas Wyschka**, der, so die Mitteilung, „mit der Küchenbranche, auf nationaler und internationaler Ebene, bestens vertraut ist“. Im Key Account Management übergibt **Susanne Finke** im laufenden Jahr den Staffeln an **Erwin Wall**, um ebenfalls nach einem erfolgreichen Berufsleben den Ruhestand anzutreten. **Erwin Wall** war bereits mehrere Jahre im **BLANCO** Außendienst tätig.



Folgt bei **BLANCO** auf **Richard Brantzen**: **Thomas Wyschka**



Übernimmt im Key Account den Job von **Susanne Finke**: **Erwin Wall**

## Oliver Streck ...

... (56) ist seit Anfang Mai neuer Mitstreiter im Vertriebsteam des Software-Hauses **RMTsoft** (Stuhr). Von Bonn aus betreut der Neuzugang Kunden vorwiegend im westdeutschen Raum, aber auch darüber hinaus. Der Fachmann für Marketing und Vertrieb mit Schwerpunkt Software bringe laut Mitteilung über 25-jährige Erfahrungen aus mittelständischen und Konzern-Strukturen ein. **Oliver Streck** hat den Großteil seines Berufslebens im Bereich Medien zugebracht. Im September 2019 folgte er als Senior Sales Manager dem Ruf der **Purpleview GmbH**, die Beratungssoftware und Kollaborationslösungen entwickelt und vertreibt. Drei Jahre später wurde er Vertriebsleiter der **SAM Solution GmbH**, die sich mit der Marke ‚Canvaslogic‘ eine starke Marktposition bei



Hat beim Software-Haus **RMTsoft GmbH + Co. KG** im niedersächsischen Stuhr angeheuert: Branchenprofi **Oliver Streck** (© RMTsoft)

Konfigurations- und Visualisierungssystemen erarbeitet hat. In dieser Funktion war Streck auch für die Neukundenakquisition zuständig, knüpfte dabei zahlreiche Kontakte in die **Möbelindustrie** und gewann bekannte Unternehmen aus den Bereichen **Küche, Polster** und **Schlafen** als Kunden.

## Andreas Dups ...

... übernimmt innerhalb der DACH-Organisation der **BLANCO GmbH + Co. KG** die Leitung des Vertriebsinnendienstes. Als sein Nachfolger im Key Account Management konnte **BLANCO Dejan Ilić** gewinnen. Er hatte bereits verschiedene Positionen in der Küchenbranche inne (**Küppersbusch, Gorenje, Haier**), darunter auch als Key Account Manager. „Wir freuen uns, dass wir erfahrene Kollegen in die Vertriebsorganisation einbinden und an allen Stellen einen reibungslosen Übergang sicherstellen können“, freut sich **Manuel Hopf**, Vertriebsleiter **BLANCO Deutschland**.



Neu im im Key Account Management der **BLANCO-DACH-Organisation**: **Dejan Ilić** (© BLANCO)

## KARE Design ...

... expandiert in Aserbaidschan. In der Hauptstadt Baku hat ein neuer 750 qm großer **KARE-Store** eröffnet. Alles auf einer Ebene angelegt und mit einem angeschlossenen Küchenstudio ausgestattet. Der Standort befindet sich in zentraler Lage, in unmittelbarer Nähe zu den meistfrequentierten Shopping Malls der Stadt. Der neue Franchisepartner wird namentlich nicht genannt, aber als „erfahrener Retail-Spezialist“ vorgestellt, „der in Aserbaidschan, vor allem in Baku, bereits über 30 Shops betreibt“. Der Kontakt zur Marke **KARE** bestehe seit über sechs Jahren. Anfangs als Shop-in-Shop-Lösung in einem **Villeroy & Boch** Store gestartet, habe sich die Zusammenarbeit dank kontinuierlicher Umsatzsteigerungen zur exklusiven Landespartnerschaft entwickelt, sagt **KARE CEO Peter Schönhofen**, der zur Eröffnung eigens nach Baku gekommen war.

„Design trifft auf Individualität und Preisattraktivität“: **KARE CEO Peter Schönhofen** (rechts) bei der Store-Eröffnung in Baku



## BSH-Mehrmarkenvertrieb:

# Transformation der Vertriebsorganisation

Die **BSH Hausgeräte GmbH (BSH)** mit Stammsitz in München startet eine zukunftsgerichtete Transformation ihrer Vertriebsorganisation für die Marken **Bosch, Siemens, Neff, Constructa** und **Gaggenau**.

Ziel der Neuausrichtung sei es, „den Handel als wichtigsten Partner in einem volatilen Marktumfeld noch gezielter zu unterstützen und gemeinsam profitabel zu wachsen“, heißt es in der aktuellen Information.

Damit einher gehe „eine klarer differenzierte Markenpositionierung“, mit der Europas größter Hausgerätehersteller seinen Erfolg im Fachhandel und bei den Konsumenten in Zukunft weiter ausbauen wolle.

„Die neu strukturierte **BSH-Vertriebsorganisation** setzt konsequent die Anforderungen des Marktes und die Bedürfnisse der Konsumenten und unserer Handelspartner um“, erklärt **Rudolf Klötscher**, Chief Sales & Service Officer der **BSH**.

Und **Enrico Hoffmann**, Leiter Vertrieb und Marketing Zentraleuropa, fügt hinzu. „Eine markenübergreifende Beratung, in deren Mittelpunkt eine eindeutige Markenpositionierung und deutlich gestraffte Sortimente stehen, öffnet unseren Handelspartnern im Elektro- sowie Küchen- und Möbelfachhandel aussichtsreiche Chancen, umsatzorientiertes Wachstum [...] zu erzielen.“

Die Struktur des **BSH-Mehrmarkenvertriebs** orientiere sich an den bestehenden Vertriebskanälen. Dadurch könnten die unterschiedlichen Anforderungen des Handels unmittelbar adressiert werden. Das gewährleiste schnellere und effizientere Prozesse, lautet die Vorgehensweise.

Dabei positioniere sich das Vertriebsteam als ganzheitlich beratender, strategischer Partner, der dem Handel das gesamte Marken- und Sortimentsportfolio der **BSH** aus einer Hand anbietet. Aber: „Die Selektivsortimente aller Marken bleiben weiterhin ein essenzieller Bestandteil der **BSH-Sortimentsstrategie**.

Ausnahme im High-End-Segment: „Vertrieb, Marketing und Training der **Marke Gaggenau** werden zukünftig

durch eine eigenständige Markenorganisation gesteuert. Das Ziel: den spezifischen Anforderungen im Hochwert-Bereich mit einer differenzierten Marktbearbeitungsstrategie zu begegnen.

**Gaggenau** nehme damit im Rahmen der geplanten Neuorganisation des **BSH-Vertriebs** in Deutschland mit den Marken **Bosch, Siemens, Neff** und **Constructa** eine noch exklusivere Stellung ein.

Auch der kaufmännische Bereich werde sich im Zuge der neuen Vertriebsorganisation effizienter aufstellen und nehme eine zentrale Rolle bei der Bereitstellung und Standardisierung übergreifender Prozesse und Tools ein. So solle beispielsweise die Debitorenbuchhaltung Schritt für Schritt in ein bereits bestehendes konzern eigenes **Shared Service Center in Polen** überführt werden.

Die Umsetzung der neuen **BSH-Vertriebsorganisation** in Deutschland beginnt am **01. August 2025** in der zentralen Unternehmensorganisation in München. Als weitere Meilensteine sehen die Verantwortlichen im Konzern die Implementierung des regionalen Mehrmarkenvertriebs für den Elektrofach- und Großhandel am **01. Dezember 2025** sowie für den Küchen- und Möbelfachhandel inklusive eines markenübergreifenden Innendienstes am **01. März 2026**. Das Führungsteam der neuen **BSH-Vertriebsorganisation** werde zeitnah bekanntgegeben.

„Wir stehen bereits im persönlichen Austausch mit unseren Partnerinnen und Partnern im Handel über die bevorstehenden Veränderungen in unserer Vertriebsorganisation und die entstehenden Vorteile und neuen Chancen“, erläutert **Enrico Hoffmann** die nächsten Umsetzungsschritte.

Und natürlich gibt man sich bei der **BSH** überzeugt, „dass wir zukünftig die Stärken unserer Marken in der partnerschaftlichen und vertrauensvollen Zusammenarbeit mit dem Handel noch besser in einen gemeinsamen Erfolg umsetzen [...] können“.

Die **BSH Hausgeräte GmbH** ist mit einem Umsatz von rund 15,3 Milliarden Euro im Jahr 2024 und mehr als 57.000 Beschäftigten ein weltweit führendes Unternehmen der Hausgerätebranche. Die **BSH** produziert in 39 Fabriken und ist in rund 50 Ländern vertreten. Die **BSH** ist ein Unternehmen der **Bosch-Gruppe**. ♦

## Stadt des Designs:

# idd cologne downtown 26.-29.10.2025

Köln blickt auf eine lange Geschichte als Stadt des Designs, der Möbelproduktion und der Kreativwirtschaft zurück. Mit der Premiere der **idd cologne** im Jahr

2025 knüpft die Stadt an diese Tradition an – und wird für drei Tage wieder zum Hotspot für zeitgenössisches Interior Design.



Startet eine zukunftsgerichtete Transformation ihrer Vertriebsorganisation: Die **BSH-Zentrale** in München



Konsequent die Anforderungen des Marktes umsetzen: **BSH** Chief Sales & Service Officer **Rudolf Klötscher**



„Eine markenübergreifende Beratung [...] und deutlich gestraffte Sortimente ...“: **Enrico Hoffmann**, Leiter Vertrieb und Marketing Zentraleuropa bei **BSH**

**idd cologne downtown** setzt dabei genau dort an, wo Design lebendig wird: mitten in der Stadt, offen für alle, die gestalten, zeigen und erleben wollen. Drei Tage lang verwandelt sich Köln in eine Plattform für kreativen Austausch – mit Ausstellungen in Showrooms, inspirierenden Talks, Pop-up-Formaten und besonderen Events.

Designer, Marken und Hersteller nutzen die Gelegenheit, sich einem designaffinen Publikum in direkter, nahbarer Atmosphäre zu präsentieren.

**idd cologne downtown** ist für die **Koelnmesse** mehr als eine Messe: „Sie vereint lokale Stärke mit internationaler Perspektive, persönliche Begegnungen mit digitaler Sichtbarkeit – und schafft Raum für neue Formen der Zusammenarbeit, Kommunikation und Markeninszenierung.“

Beispiele:

## **machwerkhaus köln**

Das **machwerkhaus köln** als Zentrum für Design und urbane Produktion ergänzt das **Kreativquartier Kalk** um einen neuen Impuls für nachhaltige Stadtentwicklung.

**Portrait:** „Es ist ein Ort, an dem Innovation, Handwerk und Design zusammenkommen: interdisziplinär, ressourcenschonend und zukunftsorientiert. Hier werden neue Ideen entwickelt, traditionelles Handwerk weitergeführt und die Kreativwirtschaft gestärkt – mit direkter Verbindung zu stationärem und digitalem Handel. Das **machwerkhaus** soll Anlaufstelle für die Startup- und Kreativszene, für die Kölner Stadtgesellschaft und für designinteressierte Gäste aus dem In- und Ausland sein.“

## **Design Post Köln:**

kreative Off-Location der **idd cologne**

**Portrait:** Im Rahmen der erstmals stattfindenden **idd cologne** wird der **Design Post Köln** vom 25. bis 29. Oktober 2025 erneut zur wichtigen Off-Location für Möbel- und Interior Design. Ein kuratiertes Programm aus Markenpräsentationen, Nachwuchsprojekten, Materialtrends und internationalen Ausstellungen richtet sich



idd-machwerkhaus

an Fachpublikum und designaffine Interessierte. Im Mittelpunkt stehen High-End-Möbel, Interior Design, Nachhaltigkeit und zukunftsweisende Gestaltungskonzepte – ergänzt durch Raum für Dialog, Networking und Inspiration in direkter Nähe zur **Messe Köln**.

Adresse: Post Deutz-Mülheimer-Straße 22a, 50679 Köln; Öffnungszeiten zur **idd cologne**: 25.10. ab 17:00 Uhr – 20:00 Uhr So-Di täglich ab 09:00-19:00 Uhr



Design Post Köln

## **Goldkant**

Programm zur **idd cologne**:

„Bei **Goldkant** findest Du ausgewählte Möbel, Leuchten, Accessoires und Designklassiker renommierter Marken von hoher Qualität. Wir streben danach unser Portfolio sehr abwechslungsreich zu gestalten und halten stets Ausschau nach neuen Marken, jenseits des Gewöhnlichen.“

Adresse: Merowingerstrasse 10, 50677 Köln; Öffnungszeiten zur **idd cologne**: Tägl.: 11.00 – 18.00 Uhr

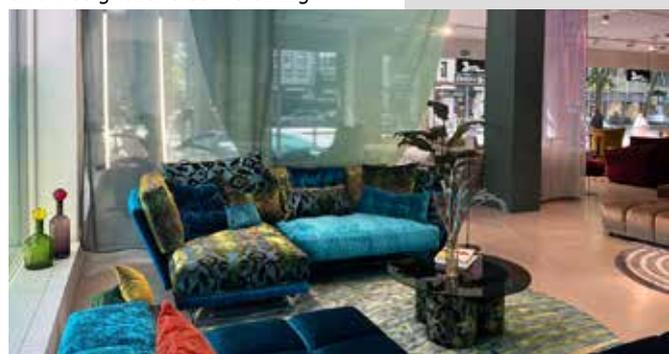


Goldkant

## **Bretz Store**

Programm zur **idd cologne**: 130 Jahre **Bretz – Jubiläumsevent** im Rahmen der **idd cologne**. Anlässlich der **idd cologne** und unseres 130-jährigen Jubiläums laden wir herzlich zu einem besonderen Abend in unserem **Bretz Store Köln** ein. Freuen Sie sich auf ein inspirierendes Event mit exklusivem Programm, spannenden Gästen aus der Wohn- und Designszene sowie einzigartigen Einblicken in die bunte Welt von Bretz.

Adresse: Hohenstaufenring 62, 50674 Köln; Öffnungszeiten zur **idd cologne**: Tägl.: 11.00 – 13.00 Uhr und 14.00 – 18.00 Uhr



Bretz Store Köln

## Export stagniert:

# Möbelausfuhren auf Vorjahresniveau

Das **Exportgeschäft** der deutschen **Möbelindustrie** hat sich im ersten Quartal dieses Jahres stabilisiert.

Die **Möbelausfuhren** erreichten laut der vorläufigen Außenhandelsstatistik des Statistischen Bundesamts mit rund 2 Milliarden Euro nahezu das **Vorjahresni-**

**Österreich** (minus 0,3 Prozent), in die **Niederlande** (minus 2,2 Prozent), in das **Vereinigte Königreich** (minus 7,4 Prozent) und nach **Belgien** (minus 2,1 Prozent) gaben nach.

Erfreulich entwickelten sich dagegen die Exporte in die **Schweiz** (plus 2,9 Prozent), die zweitwichtigste Absatzregion. Deutliche Zuwächse gelangen auch in **Italien** (plus 8,9 Prozent) sowie in **Spanien** (plus 11,6 Prozent), dem derzeit am schnellsten wachsenden Wohnungsmarkt in Europa. Die Möbelexporte in die **Vereinigten Staaten** wuchsen ebenfalls kräftig um 9,6 Prozent.

„Beim Anstieg der **Möbelausfuhren** auf den amerikanischen Markt haben möglicherweise Vorzieheffekte infolge der drohenden US-Zölle eine Rolle gespielt“, sagt **Jan Kurth**, Geschäftsführer der Verbände der deutschen Möbelindustrie (**VDM/VHK**).

Einfluss hatte die amerikanische Handelspolitik nach Einschätzung von Kurth auch auf die Entwicklung der **Möbelimporte** nach Deutschland, die um 17 Prozent auf rund 3 Milliarden Euro anwuchs. So sei der starke Anstieg der Importe aus **China** (plus 37 Prozent) und **Vietnam** (plus 23,5 Prozent) vermutlich teils auf Umlenkungseffekte infolge der US-Zollpolitik zurückzuführen. **China** rückte damit wieder auf Platz eins der Lieferländer vor **Polen**.

„In einem ohnehin schon anspruchsvollen Marktumfeld in **Deutschland** erhöhen die zusätzlichen Mengen aus **Asien** den Druck auf unsere Hersteller noch weiter“, so Kurth. ♦

## interzum 2025:

# Mit Innovationskraft auf Zukunftskurs

Mit rund 60.000 Fachbesucherinnen und Fachbesuchern aus 157 Ländern sowie über 1.600 Ausstellern aus 57 Ländern bestätigte die **interzum 2025** ihre Position als weltweit führende Plattform für Möbelfertigung und Interior Design.

„Eine spürbar positive Aufbruchstimmung, intensive Gespräche und der Wille zur Veränderung bestimmten das Messegeschehen“, haben die Veranstalter von der **Koelnmesse** erkannt.

„Die **interzum 2025** hat einmal mehr eindrucksvoll bewiesen, dass sie die führende Plattform für die Ge-

Zusätzliche Mengen aus Asien erhöhen den Druck: **Möbelproduktion** in Deutschland (© VDM)



**veau** (minus 0,5 Prozent), nachdem im Gesamtjahr 2024 noch ein Rückgang von 5,5 Prozent verzeichnet worden war.

Allerdings ist die Entwicklung auf den wichtigsten Auslandsmärkten im Auftaktquartal durchaus uneinheitlich verlaufen. Die deutschen Möbellieferungen auf den Hauptabsatzmarkt **Frankreich** sanken um 2,2 Prozent auf 317 Millionen Euro. Auch die Ausfuhren nach

Als weltweit führende **Plattform für Möbelfertigung** bestätigt: Rund 60.000 Fachbesucher aus 157 Ländern kamen zur **interzum 2025**



staltung zukünftiger Lebensräume ist“, so **Oliver Frese**, Geschäftsführer der **Koelnmesse**. Die Rückmeldungen aus den Gesprächen mit den Ausstellern hätten bestätigt: „Die Besucherqualität auf der Messe war durchweg herausragend – der fachliche Austausch fand auf höchstem Niveau statt.“

Köln habe sich erneut als exzellenter Standort für internationale Interior- und Möbelmessen profiliert. „Gemeinsam mit einer engagierten Branche schaffen wir hier Veranstaltungen mit weltweiter Strahlkraft.“

Zu den Top-Besucherländern zählten unter anderem **Italien, China, Spanien, Polen** und die **Niederlande**. Auch auf Ausstellerseite habe sich die internationale Ausrichtung gezeigt und die globale Relevanz der Themen widergespiegelt, die in Köln diskutiert und vorangetrieben wurden. Dabei sei Nachhaltigkeit das dominierende Thema auf vielen Ausstellerständen gewesen.

**Matthias Pollmann**, Geschäftsbereichsleiter Messemangement, resümiert: „Die **interzum 2025** hat gezeigt, wie kraftvoll der Innovationswille dieser Branche – und wie stark der Wunsch nach nachhaltiger

Veränderung ist. Wir blicken bereits jetzt auf die nächste Veranstaltung, in der wir diesen Transformationsprozess weiter begleiten und neue Impulse setzen möchten.“ Ziel sei es, der Branche auch künftig eine Plattform zu bieten, auf der globale Trends nicht nur diskutiert, sondern aktiv gestaltet werden.

An der **interzum 2025** beteiligten sich auf einer Bruttoausstellungsfläche von 176.000 qm 1.616 ausstellende Unternehmen aus 57 Ländern. Der Auslandsanteil betrug 86 Prozent. Gemäß der den letzten Messtag einbeziehenden Schätzung, kamen rund 60.000 Fachbesucher aus 157 Ländern zur **interzum 2025**, der Auslandsanteil lag bei rund 77 Prozent.



Die nächste **interzum** soll vom 11. bis 14. Mai 2027 in Köln stattfinden. ♦

*Ziel sei es, der Branche auch künftig eine Plattform zu bieten, auf der globale Trends nicht nur diskutiert, sondern aktiv gestaltet werden: **Koelnmesse**-Geschäftsereichsleiter **Matthias Pollmann***



„... der fachliche Austausch fand auf höchstem Niveau statt“: **Koelnmesse**-Geschäftsführer **Oliver Frese**

## Trendreport 2026:

# Trend-Update im FURNITURE FUTURE FORUM

Weit über 100 Gäste kamen am 05. Juni 2025 ins **FURNITURE FUTURE FORUM** nach Bünde, um neue Impulse zu erhalten: Trends, Thesen und Themen für 2026.

Dabei standen die neuen Partner im Rampenlicht: Der spanische Oberflächenspezialist **Alvic** und der israelische Kunststeinproduzent **Caesarstone** verstärken künftig den Trendfaktor in dem Innovationsforum.

Im Juni stehen im **FURNITURE FUTURE FORUM** traditionell Material- und Design-trends auf der Agenda. Dabei trugen auch dieses Mal die Netzwerk-Partner ihre volle Kompetenz bei: Den Start machte **Alexander Wenzel**, Head of Key Account Management bei **Forbo Furniture Linoleum**. Die **Forbo-Gruppe** ist führender Hersteller von

Bodenbelägen sowie Möbeloberflächen und Bändern für Antriebssysteme.

Wenzel warf einen Blick zurück auf die Entwicklungsgeschichte eines faszinierenden Naturmaterials: Linoleum,

**Katrin de Louw** (2.v.r.) mit den neuen Partnern im **FURNITURE FUTURE FORUM** – **Alvic** (Wim Brinkman), **Caesarstone** (Evie van Maele, Susann Berger)





**TRENDREPORT 2026:**  
Volles Haus im **FURNITURE**  
**FUTURE FORUM** in Bünde

1863 von **Frederick Walton** durch Experimente mit Leinöl (lat. *Linum*) entdeckt, wird zu 94 Prozent aus natürlichen Rohstoffen (davon 79 Prozent erneuerbar) hergestellt – und ist damit ein Material wie gemacht für unsere Zeit.

**Evie van Maele**, Managing Director DACH bei **Caesarstone**, zeichnete den Weg des israelischen Kunststein-Pioniers nach, der 1987 gegründet wurde und

gorien: Keramik, Mineral & Quarz und ganz neu: **ICON** – eine kristalline, siliziumoxidfreie Mischung, die laut van Maele eine „industrielle Revolution“ darstellt. Sie besteht zu 80 Prozent aus recyceltem Glas.

Ziel sei es, alle bisherigen Mineral- und Quarzprodukte sukzessive durch **ICON** zu ersetzen – „einerseits, weil der Markt dazu bereit ist, und andererseits, weil die gesetzliche Regulierung die Wertschöpfungskette ebenfalls in diese Richtung drängt“.

Schließlich lieferte **Katrin de Louw**, Trendfilter-Schöpferin und Initiatorin des **FURNITURE**

**FUTURE FORUM**, ihren Trend-Überblick für das Jahr 2026. Sie gliederte ihn in die vier Kategorien Farben, Designs, Business-Ansätze und übergreifende Impulse. Ein paar Spotlights:

1. **Farblich** darf es wieder mutiger werden mit Ocker, Aqua und Erdtönen auch in der Küche. Weiterhin beliebt sind Pastellfarben.

2. **Designtrend – Surrealität** als Reaktion auf Krisen. Der Eskapismus, also das bewusste Ausbrechen aus der Realität, gewinnt als Reaktion auf die multiplen Krisen unserer Zeit – nicht zuletzt die zunehmende Digitalisierung – an Bedeutung. Surreale Gestaltungselemente und emotionale Ansprache holen uns aus dem Alltag.

3. **Neue Business-Modelle** aus Nachhaltigkeit. Laut einigen Klimastudien könnten bestimmte Regionen in Äquatornähe bereits bis 2050 kaum oder gar nicht mehr bewohnbar sein. Der CO<sub>2</sub>-Faktor werde damit künftig die Wertschöpfung maßgeblich prägen. Dabei seien die Folgen dieses nachhaltigen Wandels vielfältig: Es entstehen neue Phänomene wie der „**No-Buy-Trend**“. Junge Designer entwickeln ökologische Designkonzepte bis hin zu kompostierbaren Möbeln.

4. **Neue Impulse – aus der Architektur** Modulares Bauen, generationenübergreifendes und diverses Wohnen stehen aktuell im Fokus. „Wir müssen Wohnraum grundsätzlich neu denken. Die Zahl der Single-Haushalte nimmt zu, aber wenn wir alt sind, wollen wir doch gar nicht allein leben“, so de Louw. Die große Einsamkeit zähle zu den größten gesellschaftli-



Entwicklungsgeschichte eines faszinierenden Naturmaterials: **Alexander Wenzel**, Head of Key Account Management bei **Forbo Furniture** spricht über Linoleum

bis heute über 100 mineralische Oberflächen hervor gebracht hat. Die **Küche** bildet die DNA des Unternehmens, doch inzwischen entwickelt man Produkte für **alle Wohnbereiche** – auch für den Outdoor-Einsatz, denn die Oberflächen sind wasserfest und schmutzabweisend.

**Caesarstone** vermarktet drei Premium-Produktkate-

chen Herausforderungen – die Architektur habe das längst erkannt und erste Antworten entwickelt.

Der **TRENDREPORT 2026** richtet sich an Produzenten, Architekten, Innenarchitekten und weitere Kreative. Er steht ab sofort zur Präsentation bereit und ist ab September 2025 dann auch für den Handel verfügbar.

Zum Abschluss des Tages 2026 stellte der Trendscout **Jakob Ledermann**, Senior Consultant bei der **Philoneos GmbH**, die provokante Frage: „Ist das Zukunft oder kann das weg?“ Ledermann begleitet mittelständische Unternehmen auf dem Weg zur Handlungsfähigkeit – und war damit genau der richtige Impulsgeber für das Publikum im ostwestfälischen Bünde.

„Schneller, digitaler, komplexer – unsere Zukunft ist nicht linear, sondern exponentiell. Wir haben nicht die Zukunft, sondern Zukünfte“, so seine Kernbotschaft. Dabei könne einem durchaus schwindelig werden.

Denn nie war das sogenannte **FUD-Phänomen** – Fear, Uncertainty, Doubt – so ausgeprägt wie heute. Gleichzeitig steht uns ein neues Gefühl gegenüber: **FOMA** – Fear of Missing Anything. Es ersetzt das bekanntere **FOMO** („Fear of Missing Out“) und beschreibt die Angst, dass einem einfach alles entgeht – in einer Welt, die im Hochgeschwindigkeitsmodus läuft.

#### Beispiel: Künstliche Intelligenz (KI)

Zwar befinden wir uns noch in der Experimentierphase, doch die Ergebnisse sind schon jetzt beeindruckend. In den nächsten Entwicklungsstufen werde KI mit persönlichen Agenten in der Praxis eingesetzt und durch Demokratisierung breitenwirksam. Künftig werde sie aus dem Alltag nicht mehr wegzudenken sein.

#### Extremes Beispiel: Bioengineering

Ein Steak aus dem 3D-Drucker ist längst keine Vision mehr, ebenso wenig wie Schweinezähne, die für Menschen gezüchtet werden. Das kann irritieren – vor allem beim Thema humanoide Roboter. Figuren, die fast menschlich aussehen und sich bewegen, wirken auf viele zunächst unheimlich. Apple testet daher mit „Elegnt“, einem Heimroboter, der wie eine Schreibtischlampe aussieht, den Ansatz des **Skeuomorphismus** – also Technik im Gewand vertrauter Objekte. „Vor einer Lampe fürchtet sich niemand.“

Trotz aller technologischen Faszination herrschte bei den Gästen des **FURNITURE FUTURE FORUM** in Bünde am Ende Einigkeit: Als Gesellschaft müssen wir den Weg mit Künstlicher Intelligenz mit viel Vorsicht und Reflexion beschreiten. Am Ende, so der Tenor, macht



uns die KI vielleicht sogar wieder menschlicher – das ist ihre paradoxe, aber vielleicht wichtigste Konsequenz.

Der Umgang mit KI erfordert neue Kontextkompetenzen, betonte auch **Jakob Ledermann**. Nur wer sich im Businessumfeld sowohl mit der Exploitation (dem konsequenten Ausschöpfen des bestehenden Geschäftsmodells)



als auch mit der Exploration (dem mutigen Erforschen neuer Wege) beschäftigen kann, wird künftig erfolgreich sein. „In diesem Spagat liegt der Schlüssel zum unternehmerischen Erfolg.“

**Save the Date:** Weiter geht es im **FURNITURE FUTURE FORUM** am 06. November 2025 mit den **MÖBELVISIONEN**. Zur Herbstmesse wird außerdem die neue **Sustained Color No. 9** des **COLORNETWORK** vorgestellt. ♦

Vier Kategorien für den **TRENDREPORT 2026:** Farben, Designs, Business-Ansätze und übergreifende Impulse

„Ist das Zukunft oder kann das weg?“ **Jakob Ledermann** gibt ungewöhnliche Denkanstöße (FOTOS © FURNITURE FUTURE FORUM)

## Amica International:

### Zbigniew Platek ist zurück

Die Deutschland Vertretung des polnischen Hausgerätespezialisten **Amica**, die **Amica International GmbH** mit Sitz in Ascheberg bekommt einen neuen, aber im Hause gut bekannten Geschäftsführer.

**Zbigniew Platek** hat zum 01. Juni 2025 die Position übernommen, die er schon von November 2016 bis April 2020 innehatte, bis er durch **Frank Trittel** ersetzt wurde.

Der hat das Unternehmen Mitte letzten Jahres verlassen (harddran.com vom 30.07.2024) und seitdem hat **Maja Rutkowska** übergangsweise die Geschäftsführung in Ascheberg übernommen. Nebenberuflich, denn ihr Amt als Mitglied des erweiterten Vorstands der **Amica Gruppe** hat sie beibehalten. Und nun ist **Zbigniew Platek** wieder da.

Und bekommt reichlich Vorschusslorbeeren. In seiner vorherigen Tätigkeit bei **Amica International** habe Platek maßgeblich zur positiven Unternehmensentwicklung der Deutschland-Dependance beigetragen.

Gemeinsam mit **Marcel Kühn** als Sales & Marketing Director und **Arthur Stahlberg** als Operations Director

werde er nun die strategische Ausrichtung des Unternehmens weiterverfolgen. Dabei liege der Schwerpunkt auf „Made in Europe“ mit der Eigenproduktion in Polen.

„Wir freuen uns, dass Herr **Zbigniew Platek** seit Anfang Juni die Geschäftsführung der Amica International übernimmt und unsere strategischen Ziele weiterführen wird“, sagt **Maja Rutkowska**. „Ich gehe in den Beirat, daher werden wir eng zusammenarbeiten, um unsere Position als starker Businesspartner auf dem deutschen Markt weiter zu stärken.“

Das polnische Unternehmen **Amica S. A.** ist in Polen der größte Hersteller von Elektrogroßgeräten und gleichzeitig Marktführer. Drei Viertel seines Umsatzes tätigt das Unternehmen im Export.

Den deutschen Markt betreut die Vertriebsgesellschaft **Amica International GmbH** im münsterländischen Ascheberg mit mehr als 100 Beschäftigten. Insgesamt hat Amica rund 3.100 Mitarbeiter und ist weltweit auf mehr als 50 Märkten aktiv. Neben der Hauptmarke **Amica** gehören die vier Tochtermarken **GRAM, Hansa, CDA** und **FAGOR** zur Gruppe. ♦

## spoga+gafa 2025:

### Event-Highlights und Sonderschauen

Vom 24. bis 26. Juni 2025 wird Köln erneut zum internationalen Treffpunkt der **Garten- und BBQ-Branche**. Aussteller aus der ganzen Welt präsentieren sich auf der **spoga+gafa** einem globalen Fachpublikum. Ergänzend zur umfassenden Produktschau erwartet die Besucher ein vielfältiges Eventprogramm mit neuen Bühnen, impulsgebenden Sonderschauen und bewährten Get-togethers.

Das Vortragsprogramm der **spoga+gafa** verteilt sich 2025 auf mehrere Standorte des Messegeländes – jeweils mit individuellem thematischem Fokus.

Im **garden unique Bistro** greift eine neue Bühne aktuelle Möbel- und Dekorationstrends sowie das Leitthema „Design Gardens“ auf. Journalist und Trendforscher **Frank Reinhardt** spricht über die Möbel und Dekorationstrends der kommenden Saison, während **Leif Hallerbach** (Broekman+Partner) Einblicke in die Bedeutung von „Design Gardens“ für die Branche gibt. Im Anschluss bieten Guided

Tours die Möglichkeit, beide Themen vertiefend vor Ort zu erleben. **Die neue Green Stage** auf dem Boulevard Nord bringt Wissen, Diskussion und Praxis zusammen.

Die **Outdoor Kitchen World Showküche** bietet auch in diesem Jahr ein vielseitiges Live-Programm mit Grillprofis, Fleischsommeliers sowie BBQ-Expertinnen und -Experten. Darunter Grillshows, fachliche Impulse und thematisch geführte Rundgänge durch die BBQ-Hallen – im Zeichen aktueller Trends und kulinarischer Vielfalt.

Der **Boulevard of Trends & Ideas** vereint die bisherige **Trendshow Outdoor Lifestyle** und den **Boulevard of Ideas**. Die neue Präsentationsfläche bietet einen kompakten Überblick über Neuheiten und Innovationen der diesjährigen Aussteller.

#### Thematische Messerundgänge

Im Rahmen der Guided Tours erhalten Teilnehmende einen kompakten Überblick über zentrale Branchentrends. Nach einem kurzen Impulsvortrag führen Experten der **Koelnmesse** zu ausgewählten Highlight-Ständen – inklusive fachlicher Einordnung und spannender Insights direkt am Produkt. ♦



Nach vier Jahren wieder im Amt: **Zbigniew Platek** übernimmt die Geschäftsführung bei **Amica International** in Ascheberg



Agiert künftig im Beirat: Interimsgeschäftsführerin **Maja Rutkowska** (FOTOS © Amica)



Vom 24. bis 26. Juni 2025 in Köln: **spoga + gafa** Impressionen von 2024 – Eingang Nord (FOTOS © Koelnmesse)



***Einzel stark.  
Zusammen  
unschlagbar.***

**musterhaus  
küchen**  
GEHÖREN ZUM LEBEN.



**Jetzt Teil  
der führenden  
Händler-  
gemeinschaft  
werden!**

Mehr Infos auf:





Nie war eine  
**leistungsstarke**  
**Gemeinschaft** so  
wichtig wie heute!

WIR HABEN'S

Zum Faktencheck



**Der Einrichtungspartnerring VME** bietet neben dem professionellen Einkauf exklusive Handelsmarken wie Interliving und eine Rundum-Vermarktung. Mit unserer Zukunftsorientierung bieten wir dem mittelständischen Möbelhandel eine starke Händler-Gemeinschaft.

**Werden Sie Teil der Gemeinschaft!**

[geschaeftsfuehrung@einrichtungspartnerring.com](mailto:geschaeftsfuehrung@einrichtungspartnerring.com)

WIR HABEN'S

