

Hochwertiger Fußboden, offene Loft-Decke, die Küchen im abgesoffeten Ambiente akzentuiert beleuchtet: Damit repräsentiert Garant-Mitglied Langenfeld in Marl ein Beispiel für modernen Ladenbau aus der „MPZ“-Werkstatt.



Garant: Wie sich der „MPZ“-Ladenbau der Zeit anpasst

Flexible Inszenierung anstelle starrer Konzepte

Unter „MPZ“ – „Mit Profil in die Zukunft“ – hat Garant vor über 25 Jahren ein eigenes Ladenbaukonzept für seine Küchen-Areal-Partner entwickelt. Die attraktiv und ganzheitlich durchgestylte Ausstellung spielt heute mehr denn je eine Schlüsselrolle beim Auftritt der 480 Küchenspezialisten. Auch wenn mittlerweile bei der Umsetzung ganz andere Maßstäbe gelten, wie es Projektmanager Dieter Regge im „küchenprofi“-Interview darstellt.

der küchenprofi: Herr Regge, warum war es damals – vor jetzt über 25 Jahren – wichtig, das Konzept „MPZ“ zu entwickeln?

Dieter Regge: Erste Gespräche wurden schon 1991 geführt. Auslöser war die Frage: Wie lässt sich das Thema Ladenbau optimieren? Denn bis dahin sah jedes Küchengeschäft mehr oder weniger wie das andere aus, weil das meiste von der Industrie gesteuert wurde. Andererseits setzte jeder der Lieferanten andere Kojenkonzepte um, die schon von den Maßen der Stellwände nicht zueinander passten. Daraus entstand der Wunsch, dass wir als Garant-Verband unseren Mitgliedern Konzepte an die Hand geben, die es ermöglichen, dass die Ausstellung wie aus einem Guss wirkt. Wir wollten weg vom Einheitsbrei, hin zu einem regional angepassten und individuell auf den Händler zugeschnittenen Auftritt.

der küchenprofi: Und was macht bis heute das Besondere des Garant-Konzepts aus?

Dieter Regge: Zu Anfang haben wir beschlossen, dass bestimmte CI-Elemente von jedem

Händler aufgenommen werden sollten. Doch diese Grundidee haben wir schnell angepasst, als wir gemerkt haben, dass die Händler keine Fans von starren Vorgaben sind. Weil sie sich als Individualisten sehen, keine Franchisenehmer sind und wir ihnen nicht einfach unsere Standards überstülpen können. Deshalb setzen wir heute für jeden Händler ganz eigene Konzepte um. Was uns von anderen Verbänden unterscheidet, ist also letztlich, dass wir dem Händler ermöglichen, ohne Vorgaben als eigenständiger Unternehmer aufzutreten. Und dies ganz flexibel, von Low Budget bis hochwertig.

der küchenprofi: Was waren die wesentlichen Entwicklungsschritte in den letzten Jahren?

Dieter Regge: Die Trends ändern sich natürlich. Es gab eine Zeit, da präferierten viele Händler die Integration einer italienischen Piazza im Zentrum ihrer Küchenausstellung. Dazu haben wir Kulissenbauer einbezogen. Aber die Gestaltung ist einem stetigen Wandel unterzogen. Auch wir



Bereits 1991 kam Projektmanager Dieter Regge zu Garant. Er startete zunächst im Außendienst, gestaltete dann von Anfang an das Ladenbaukonzept „Mit Profil in die Zukunft“ mit. Ob Laufwege, Farben oder Beleuchtung: Es geht ihm immer um den perfekten ersten Eindruck, der den Händler in seiner Einzigartigkeit profiliert.

ANZEIGE



PULLBOY SOFT COMFORT wurde komplett überarbeitet.

Die Vorteile:

- komplett in oriongrau
- stufenloser Seitenwandausgleich 16 bis 19 mm
- jetzt auch mit 2 × 29 Liter und Einbauschaublene
- die Montage erfolgt ganz einfach, mittels einer Comfort-Plus-Metall-Einbauschaublene
- problemlose, nachträgliche Justierung dank 3D-Verstellung
- Rahmentiefe: nur 330mm (Schienen 435mm)
- Vollauszugschienen mit Selbsteinzug + Dämpfer inkl. Auszugssicherung

Erhältlich in 2 Varianten für jeweils 3 verschiedene Schrankbreiten (45, 50 und 60er):

VARIANTE 1

Mit einfach aufgelegtem Deckel.

VARIANTE 2

Mit Deckel-Ablage-System als Auszugsvariante. Bei diesem System wird der bereits vorhandene Deckel für die Auszugsvariante genutzt. So spart man Montagezeit und unnütze doppelte Deckel-/Ablagemontagen. Durch die mitgelieferte Antirutschmatte ist der Deckel als Universal-Ablage bestens geeignet.

PULLBOY SOFT COMFORT NEU



MADE IN GERMANY



jetzt auch mit 2 × 29 l



mit neuer Abdeckkappe optisch aufgewertet

M. Westermann & Co. GmbH

Bahnhofstr. 205 · D-59759 Arnsberg · Tel. +49 (0) 2932 476-0
www.wesco-kuechentechnik.de · www.wesco-aluments.de

vom Verband müssen hier immer am Ball bleiben. Für mich ist es wichtig, auf Messen wie LivingKitchen oder Eurocucina Ideen und Trends einzuholen. Gerade Mailand ist eine große Inspirationsquelle. Vor zwei Jahren schon konnte man hier sehr viele abgedunkelte Räume sehen, in denen die Küchen durch innovative Beleuchtung effektiv in Szene gesetzt wurden. Dieses stimmungsvolle und akzentuierte Ambiente zieht nun auch in die Ausstellungen im Handel ein.

Unser Motto heißt heute: Volle Konzentration auf die Ware, ohne Ablenkung, und mit gezieltem Einsatz von Licht das Wesentliche hervorheben. Und wenn ein Händler hier richtig mitzieht, ist ihm das positive Feedback seiner Kunden so gut wie sicher. Zur Herausforderung wurde im Laufe der Jahre, in „MPZ“ eine Struktur hineinzubringen, also Lieferanten zu konzentrieren und das Thema Ladenbau auch im Zuge einer Margenverbesserung zu umfassenderen, betriebswirtschaftlich sinnvollen Kooperationsmodellen auszuweiten und unsere POS-Konzepte einzubringen. Aber auch hier gilt: Der Händler kann alles, muss aber gar nichts. Und bisher habe ich noch keinen einzigen Händler erlebt, für den sich ein solcher Umbau nicht gelohnt hätte.

der küchenprofi: Wie viel Geld sollte das Studio zur Verfügung haben?

Dieter Regge: Die Kosten sind natürlich ganz unterschiedlich, schon durch die Räumlichkeiten. Manche wollen nur die Basics, aber die meisten Mitglieder wollen heute mehr. Gerade wenn sie sehen, welche Erfolge Kollegen mit entsprechenden Maßnahmen haben. Natürlich nutzen wir dabei die Subventionen der Industriepartner. Die Bereitschaft, mehr Geld in die eigene Ausstellung zu stecken, steigt deutlich. Weil die Händler erkennen, dass es das Geld wert ist.

der küchenprofi: Und was tun, wenn der Händler das Geld nicht hat?

Dieter Regge: Ohne Geld geht nichts. Die Faustregel „Umbau kostet nichts“, weil durch die Industrie vollständig subventioniert, stimmt schon längst nicht mehr. Denn sowohl das Ausräumen und Entkernen der alten Räumlichkeiten als auch die Veränderung der Elektro- und Wasserinstallation verursachen Kosten. Durch unsere Versicherungs- und Finanzberatung leisten wir auch an dieser Stelle Unterstützung. Wir wollen aber niemanden in Schönheit sterben lassen. Gegebenenfalls verschieben wir lieber ein Projekt, bis die wirtschaftliche Tragfähigkeit zu 100 Prozent abgesichert ist.

der küchenprofi: Wer setzt die Ladenbau-Projekte letztlich um – Partnerfirmen oder eigene Teams?

Dieter Regge: Wir haben schon seit vielen Jahren mit der Firma APB Ausstellungs-, Bau- und Projektmanagement einen festen Partner im Boot, der mit Garant zusammenarbeitet. Daraus hat sich ein eingespieltes Teamwork entwickelt, das manche Organisation verselbstständigt und entsprechend erleichtert. Ich selbst begleite jedes Projekt vor Ort.

der küchenprofi: Gibt es dabei zumindest gemeinsame CI-Merkmale für Liva oder KüchenAreal?

Dieter Regge: Ja, die gibt es. Wir machen aber regelmäßig die Erfahrung, dass der Händler in diesen Dingen nur dezente Umsetzungen akzeptiert und seine eigene, persönliche Linie fahren will, statt sich großflächig einem Konzept zu unterwerfen.

der küchenprofi: Wie differenzieren Sie den Local Hero – was sind für Sie die wesentlichen Kriterien, um sein Profil herauszuarbeiten?

Dieter Regge: Ich schaue mir den Händler vor Ort genau an. In welcher Region ist er tätig, welche Zielgruppe hat er vorrangig – oder wird sich diese in Zukunft vielleicht durch einen Generationswechsel ändern? Spielen digitale Medien verstärkt eine Rolle? Abwägen sollte man meiner Meinung nach, wie prominent die Lieferanten-Namen in den Fokus gestellt werden, damit sich der Händler nicht selbst abschwächt. Statt ausschließlich die Fahnen des Herstellerunternehmens zu hissen, sollte das Mitglied auch seine eigenen ergänzen.

der küchenprofi: Wie oft ist ein Umbau empfehlenswert?

Dieter Regge: Wir empfehlen einen Rhythmus von drei bis fünf Jahren. Wir haben inzwischen auch viele „Mehrfachtäter“. Das heißt: Händler, die einmal verstanden haben, wie „MPZ“ funktioniert, lassen weitere Häuser bzw. Umbauten folgen. Die Vorlieben und Präferenzen der Käufer der Generation Y bis Z provozieren hier häufig das Umdenken. Zumal sie offener gegenüber den sich rasant wandelnden Möglichkeiten der Digitalisierung sind – ob Flachbildschirme, auf denen Videos laufen, oder interaktive POS-Systeme.

der küchenprofi: Reicht es, den Look der Ausstellung zu erneuern oder sollte immer auch das Geschäftskonzept insgesamt überdacht werden?

Dieter Regge: Jeder Händler muss sich insgesamt zeitgemäß, zielgruppengerecht und seiner Region entsprechend aufstellen. Dabei denken wir immer ganzheitlich. „MPZ“ heißt immer Komplettumbau. Ein Teilumbau ist selten sinnvoll. Und immer ist die Gesamtinszenierung, vor allem durch Licht und Deko, sehr wichtig. Dazu kommt die Werbung, die wir durch unser breit aufgestelltes Marketing unterstützen. Gerade das ist wichtig, um das Ganze zum Erfolg zu bringen.

der küchenprofi: Wie hat Garant das Jubiläum von „MPZ“ 2018 gefeiert?

Dieter Regge: Indem wir durch besondere Subventionen der Industrie noch einmal eine deutliche Schubkraft hineingebracht haben. Aktuell zum Jahresstart laufen bereits 14 Projekte. Im Schnitt sind es 25 Häuser. Dies sollten wir 2019 übertreffen.

Heike Lorenz



„Mit „MPZ“ ermöglichen wir es jedem Händler, ohne Vorgaben als eigenständiger Unternehmer aufzutreten.“

D. Regge