



Auch für Küchenbauer wird die digitale Welt immer wichtiger.

## Konsumenten von morgen

Mit deutlich über 300 Anwesenden erzielte der 7. Küchenkongress des Branchenverbandes küche schweiz einen neuen Besucherrekord. Er fand wie gewohnt in der Trafo-Halle in Baden statt. Vor der Verleihung des Swiss Kitchen Award führte TV-Mann Stephan Klapproth durch ein Programm mit vier spannenden Referenten.

Guerra vom Beratungsunternehmen Wüest & Partner erläuterte die Küchenmarkt-Studie 2015. Für das kommende Jahr prognostiziert er stabile Verhältnisse. Da im Neubaubereich die Mietwohnungen zunehmen, Einfamilienhäuser und Eigentumswohnungen dagegen einbüßen, wird der Druck auf die Margen aber wohl grösser. Dies besonders bei Küchen im oberen Preissegment.

Auf die neuen digitalen Herausforderungen ging Roger Spindler von der Schule für Gestaltung Bern und Biel ein. Das passende Praxisbeispiel zu diesem Thema präsentierte Carlos Friedrich, Chief Marketing Officer der Möbel Pfister AG. Sein Unternehmen habe inzwischen online mehr Besucher als offline. Die verschiedenen Kanäle so zu nutzen, dass deren Stärken zum Tragen kommen, sei jedoch eine Herausforderung, so Carlos Friedrich.

«Der Kunde muss wissen, welche Werte unserem Unternehmen wichtig sind. Die Mitarbeiter ebenfalls.» Dies war eine Kernaussage von Ralph P. Siegl, CEO der Confiseur Lädach AG. Bei der grössten Schweizer Confiserie gibt es keine schriftlichen Verträge mit den Abnehmern, es gilt der Handschlag. Auch der Umgang mit ihren über 750 Mitarbeitern sei ganz entscheidend, denn «grundsätzlich möchten alle Mitarbeitenden etwas Sinnvolles tun».

18.11.2015