

KSV: Konsequente Händlerorientierung

„Wir stärken die Stärken unserer Händler“

Wir nehmen das Wort „Küchenspezialist wörtlich“, so Willibert Fröschen, Geschäftsführer KSV. „Unsere Philosophie dabei: Spezialisten sind glaubwürdiger. Ein Spezialist erweckt automatisch die Erwartung höherer Kompetenz und ragt aus der Masse der Austauschbaren heraus. Und hier wird der Handelspartner vor Ort individuell unterstützt. Spezialisierung heißt für uns auch, „speziell“ für unsere Mitglieder da zu sein.“ Gerade das Zusammenspiel von Sortiment, Konditionen, Kalkulation, POS und Gesamtauftritt, machen den Erfolg vor Ort aus. Und da bietet der KSV einiges.

Die DNA des Verbandes speist sich aus der jahrelangen Erfahrung aller rund um das Thema Küche, sogenannten „Spezialisten für Spezialisten“. Größe und Ausrichtung der Partner vor Ort gehen dabei von Low Price bis High End in Sortiment und Auftritt. Genau das ist der Anspruch des KSV: Individualität vor Ort stärken – den Händler zur „Marke“ machen. Gerade in einer Zeit, in der Marken eher verblassen und Regionalität zum Vorteil wird, nicht nur bei Lebensmitteln, wird der Händler vor Ort glaubwürdiger Anbieter. Dabei unterstützt ihn der KSV mit vielen Tools und Maßnahmen – gezielt auf ihn zugeschnitten. Entscheidend zum Erfolg spielen über die Standard-Dienstleistungen hinaus viele spezielle KSV-Angebote eine Rolle. So zum Beispiel hat er alle Top-Lieferanten der Branche zu absoluten Spitzenkonditionen im Portfolio, denn „zwischen Einkaufspreis und Verkaufspreis entscheidet sich die Rendite“ – so sagt man. Alle Stilrichtungen und Preislagen untermauern das Angebot – das bietet der Profilierung vor Ort einen großen Spielraum. Ein weiterer Alleinstellungsmerkmal sind die gut aufgestellten Handelsmarken-Konzepte der Muttergesellschaft EMV. Von Low Price bis Premium wie Küche Aktiv, Herzstück, Global Küche und Contur Küche.

Besonders charakteristisch für den KSV ist ein ganz spezieller Vorteil: kostenlose Mitgliedschaft und noch existenzieller die monatliche Bonuszahlungen. Gerade die zeitnahen Bonuszahlungen, so Willibert Fröschen, haben ein Ziel: „Wir erhöhen die Liquidität der Händler durch unsere Ausschüttungen der Lieferanten-Boni und das konsequent auf den jeweiligen Lieferanten bezogen. Damit schaffen wir optimale Gestaltungsfreiheit für unsere Mitglieder und so wirtschaftlichen Freiraum vor Ort.“

Das ist aber längst noch nicht alles: Es gibt noch weitere entscheidende Punkte, die es sich lohnt, näher anzusehen. Ausgehend von der Grundidee „der Händler vor Ort ist die regionale Marke“, verspricht der Verband viele Vorteile. So bietet ein spezielles Vor-Ort-Tool Beratung rund um die Themen Sortimentsentwicklung, Mitbewerberanalyse, Ladenbau, Betriebswirtschaft, Unternehmensentwicklung und in der heutigen Zeit ein wichtiger Baustein, die Existenzgründung. Wichtig dabei: Zu nichts ist

Ein starkes Team: KSV-Vertriebsleiter Stefan Tiemann (l.), Key Account Manager Alwin Justen (m.) und Geschäftsführer Willibert Fröschen (r.).



Der KSV liefert keine vorgefertigten Konzepte, die den Partnern vor Ort übergestülpt werden, sondern passgenaue Antworten für den Küchenspezialisten vor Ort.

Der KSV bietet Unterstützung vom Digitalen inklusive Social Media-Beratung bis hin zum POS.



der Händler verpflichtet, er bucht nur, was er braucht und das zum Selbstkostenpreis. Eine Umfrage unter den Mitgliedern zeigte, dass 98 Prozent das Konzept überzeugend fanden und bei 70 Prozent der neuen Mitglieder verdoppelte sich die Rückvergütungsquote. Da wundert es nicht, dass sich die Mitgliederzahl 2019 um 14 erhöht und sich der Umsatz in den letzten vier Jahren mehr als verdoppelt hat – im letzten Jahr sogar im zweistelligen Millionenbereich.

Nicht nur Zahlen, Daten und Fakten stehen beim KSV im Mittelpunkt, sondern speziell das Persönliche. Der ehrliche Austausch untereinander bei regelmäßigen Mitgliedertreffen zum Erfahrung sammeln und der Think Tank „Zukunft Küche“, der neue Impulse setzt und was morgen kommt, beschreibt. Entscheidend für die Händler sind auch die KSV-eigenen Küchenmessen, auf denen sich die führenden Küchenmöbel-

und Gerätehersteller mit ihren neuesten Produkten präsentieren und so Trends zeigen, wo es in Zukunft hingeht.

Ein besonderes Gespür, was kommen wird, braucht man speziell in Sachen Werbung, Kommunikation, erklärt Willibert Fröschen. Flexibilität, Schnelligkeit, neue Medien geben dort den Takt vor. Auch regionale Händler sind davon nicht befreit, die Ansprüche der Kunden an Auffindbarkeit im Netz oder Content, der informiert oder unterhält, entscheiden oftmals auch über den Erfolg vor Ort. Darauf antwortet der KSV wieder auf seine Art: „Nichts überstülpen, sondern das Händlerprofil stärken.“ Im Social Media- und Internet-„Baukasten“ lassen sich regionale und zentral gesteuerte Inhalte verbinden und ins Netz bringen. Das bietet Flexibilität und schafft Synergien, die es dem Partner vor Ort leichter machen, auch im Netz zu punkten.

Entscheidend ist und bleibt dennoch für den stationären Handel der Faktor Mensch. Dem trägt der KSV Rechnung und hat zusammen mit dem EMV die Kompetenz-Schmiede ins Leben gerufen. Unter dem Motto „Zukunft lässt sich trainieren“, bietet sie Trainings- und Ausbildungsformate, die weit über das Verkaufen hinausgehen. So genannte Soft Skills, die heute immer wichtiger werden. Erfahrene Trainer geben Einblicke in Themen wie: Stärken stärken, Gesprächsführung, Stil- und Ideengeber werden und Produktwissen richtig vermitteln. So versteht sich der 2008 gegründete KSV als Gemeinschaft der mittelständischen Küchenspezialisten mit seinen fast 400 Anschlusshäusern und dem effektiven, transparenten und kompetenten Short-Team als die individuelle Antwort auf die Küchenbranche.

www.ksverbund.de

Auch der Niggemeyer Treffpunkt Küche hat sich in Zusammenarbeit mit dem KSV neu ausgerichtet. Und erhielt dafür viele positive Rezensionen auf Google, wie „Sehr gute Beratung, erstklassige Montage. Bin sehr zufrieden“ oder „Super Beratung, schöne Möbel“.