

Agieren in einem polarisierenden Markt

Küchenstudio Krampe – Küchenspezialist setzt auf Marke

„Wenn ich mich für einen Hersteller als Lieferantenpartner entscheide, ist diese Partnerschaft immer langfristig ausgerichtet!“, Joachim Krampe ist Vollblutunternehmer und Küchenspezialist aus Passion. Das Unternehmen in Kelkheim verfügt über eine 80-jährige Historie und hat sich aus einer Schreinerei heraus zu einem der renommiertesten Küchenstudios der Region um Frankfurt am Main entwickelt. Unter der Ägide von Joachim Krampe, der das Unternehmen in dritter Generation führt und kontinuierlich weiterentwickelt, ist Krampe Küchen heute, wenn es um hochwertige Einbauküchen geht, die Marke der Region. Die langjährige Kooperation mit Lieferantenpartnern wie Beckermann Küchen und Siematic haben die Entwicklung des Unternehmens entscheidend mitgeprägt. Vor wenigen Wochen eröffnete der ambitionierte Küchenprofi im hessischen Bad Homburg gemeinsam mit seinem Neffen Daniel Krampe ein zweites Studio, das sich auf die Marke Siematic fokussiert.

AUF RUND 100 qm präsentieren Joachim (r.) und Daniel Krampe in Bad Homburg drei Küchenkreationen der Marke Siematic.

Siematic



Fotos: Küchenstudio Krampe

Geplant wurde die Expansion vor der Pandemie und vor den Auswirkungen des Krieges in der Ukraine auf die Wirtschaft. Sicherlich wäre es möglich gewesen, den Aufbau des zweiten Studios noch zurückzustellen, doch Joachim und Daniel Krampe halten an der Expansion fest. „Ziel eines Unternehmens ist es, Geld zu verdienen und zu wachsen“, begründen die beiden ihre Entscheidung. Während eines Interviews erläuterte uns der sympathische Hesse seine Unternehmensphilosophie:

„Aufgrund der steigenden Nachfrage nach hochwertigen Markenküchen in unserer Region und aufgrund neuer Mitarbeiter, die es verstehen, Kaufinteressenten mit hochwertigen Planungen zu begeistern, haben wir uns bereits vor der Corona-Krise dazu entschieden, die Präsenz von Siematic in Kelkheim auszubauen und in ein entsprechendes Ausstellungskonzept zu investieren. Diese Entscheidung haben wir nicht bereut“, schildert der engagierte Unternehmer seine Erfahrung. Neben Beckermann Küchen, mit dem er bereits seit 20 Jahren zusammenarbeitet, und Möbelwerke Decker, mit dem Joachim Krampe auf eine zunehmende Nachfrage der Konsumenten nach Massivholzküchen reagiert, ist vor allem der Markenhersteller Siematic ein wesentlicher Partner des Küchenstudios. „40 Jahre Zusammenarbeit verbinden“, unterstreicht Joachim Krampe.

„Der Durchschnittswert der verkauften Küchen liegt in Kelkheim bei rund 20.000 Euro“, verrät der Unternehmer. In Bad Homburg wird dieser Wert deutlich höher liegen, denn: „Eine Siematic Küche fängt bei 25.000 Euro gerade einmal an. Statt der einfachen Kunststoffoberfläche wählen Marken-Käufer doch eher die lackierte Variante, bei den Arbeitsplatten stehen Stein, Keramik oder Glas zur Disposition.“ Und auch die Geräteauswahl entspricht dem gehobenen Niveau. Was die Hausgeräte anbelangt, arbeiten Joachim Krampe und sein Team in Kelkheim überwiegend mit Bosch, Miele, Gaggenau und seit kurzem auch mit V-Zug zusammen. „In unserem Markenstudio in Bad Hom-

burg konzentrieren wir uns bislang auf Miele und Gaggenau, denken aber bereits darüber nach, künftig auch V-Zug mit anzubieten, da sich die Marke in Kelkheim bereits bewährt.“

EXKLUSIVES MARKEN-STUDIO ALS SINNVOLLE EXPANSION

Zwei Studios bedeuten für den Unternehmer doppelten Aufwand. Dessen ist sich Joachim Krampe voll und ganz bewusst: „Unser Haus in Bad Homburg liegt inmitten des Einzugsgebiets von Frankfurt. Die Einkommensstruktur ist hier generationenübergreifend außergewöhnlich hoch. Es gibt also durchaus auch sehr viele junge Leute, die in eine Markenküche investieren. Die Nachfrage nach Markenprodukten ist groß. Marke steht hier für Status. Deshalb waren wir sehr überrascht, dass es in Bad Homburg bis dato noch kein Markenküchenstudio gab. In diese Lücke möchten wir vorstoßen“, lautet seine Expansionsstrategie. „Siematic verfügt in der Region über einen hohen Bekanntheitsgrad und zeigte sich für unser Anliegen offen, da die Präsenz der Marke in Deutschland deutlich ausgebaut werden soll“, erläutert Joachim Krampe zufrieden. Nach einer kurzen Bedenkpause wirft er jedoch ein:

„Wenn ich mir von Siematic jedoch etwas wünschen dürfte, dann eine schnellere Bearbeitung der Aufträge von der Bestellung bis zur Ausarbeitung. Manchmal dauert es ein paar Wochen, bis die Auftragsbestätigung bei uns vorliegt. Entsprechend wenig Zeit räumt man uns ein, um noch Änderungen vornehmen zu können. Das sollte man ändern. Aber dennoch“, fährt er fort, „hätten wir uns nicht für eine Ausweitung der Kooperation mit Siematic entschlossen, hätten wir kein Vertrauen in das Unternehmen“, und er betont: „Profilierung und Differenzierung sind heute das A und O für ein Fachgeschäft. Die Marke Siematic unterstützt uns dabei. Ob in puncto Materialität, Typenspektrum und Farbvielfalt, oder vonseiten der Innenausstattung, deren Vielfalt und Variabilität die Konsumenten immer wieder begeistern.“



„VERTRAUEN IST EIN KATALYSATOR DES BERUFLICHEN ERFOLGS“

Deshalb setzt Joachim Krampe auch in dem neuen Studio auf sein bewährtes Team. „Mein Neffe Daniel Krampe führt Bad Homburg zu 70 Prozent“, betont Joachim Krampe stolz. Zum Verkaufsteam des ambitionierten Unternehmens gehören neben Daniel Krampe die markenerprobten Küchenplaner Sebastian Kosch und Rico Michels sowie Frank Kaus und Lutz Krampe in der Montage und vier weitere externe Montageteams, die die Expansion des Unternehmens gern mittragen. „Wir haben gemeinsam entschieden, vorerst nicht in zusätzliches Personal zu investieren. Vielmehr wollen wir fürs Erste die Entwicklung

unseres Premium-Studios analysieren, um dann nach einem halben bis dreiviertel Jahr das Personal entsprechend anzupassen.“

HERAUSFORDERUNGEN SIND DA, UM SIE ANZUNEHMEN ...

... wie vor allem die Liefersituation der Hausgeräteindustrie: „Für den Fachhandel ist das ein Unding und ein riesiger logistischer Aufwand, verbunden mit einem enormen Kostenfaktor“, unterstreicht Joachim Krampe. „Wenn wir eine Küche für das Jahr 2023 verkaufen, bestellen wir die Geräte meistens sofort, erhalten sie aber oft früher als benötigt. Entsprechend groß ist unsere Lagerhaltung ausgelegt, die wir über eine beauftragte Spedition abwickeln. Aber auch diese ist nicht

gerade erfreut, Geräte bis zu einem Jahr vorhalten zu müssen. Andererseits gibt es Geräte, auf die wir über ein Jahr warten. Einige unserer Lieferantenpartner sind sich unserer Situation bewusst. Sie wissen, welche Kosten durch eine zweite oder gar dritte Anfahrt, Montage etc., auf uns zukommen und versuchen, uns durch Maßnahmen wie z.B. Werbekostenzuschüsse zu unterstützen. Anderen wiederum ist unsere Lage eher gleichgültig, was mich persönlich frustriert. Gerade wenn man Partnerschaften über lange Jahre pflegt, sollt man sich gegenseitig unterstützen.“

Als nicht minder herausfordernd erachtet der Küchenprofi die Teuerungsraten und Preiserhöhungen: „In den über 30 Jahren als selbständiger Küchenspezialist habe ich Dimensionen dieser Art noch nie erlebt“, beschreibt Joachim Krampe. „Viele unserer Aufträge werden erst im Folgejahr ausgeführt, so dass wir keine Festpreise mehr garantieren können. Vielmehr müssen wir unsere Kunden kontinuierlich darauf hinweisen, dass sie zwischenzeitlich mit Preisanpassungen rechnen müssen.“

In Anbetracht des derzeit durchaus angespannten wirtschaftlichen Umfelds mit steigenden Energiepreisen, hoher Inflationsrate und gestörten Lieferketten zeigt sich der Unternehmer nachdenklich aber „verhalten optimistisch“. „Ich denke, dass Menschen, die hochwertig kaufen, auch weiterhin investieren werden. Allerdings bleibt es abzuwarten, ob nicht auch diese Klientel mit in den Sog einer aufkommenden negativen Grundstimmung, verbunden mit einer Kauf-Unlust gezogen wird. Ich gehe jedoch davon aus, dass das untere und mittlere Preissegment stärker betroffen sein werden.“



„UNSER LANGJÄHRIGES MITGLIED JOACHIM KRAMPE ist zweifellos Vorbildunternehmer für die Zukunft der Küchenspezialisten“, zeigt sich Ulf Triebener (l.), Der Kreis-Geschäftsführer Marketing und Vertrieb, überzeugt.

Eine weitere Expansion steht in der nächsten Zeit nicht an, unterstreicht der Unternehmer. Generell ausschließen möchte Joachim Krampe die Investition in weitere Küchenstudios jedoch auch nicht: „Zuerst einmal wollen wir Bad Homburg zum Erfolg führen. Um schwarze Zahlen zu schreiben, benötigen wir einen Umsatz von 800.000 Euro. Unser Ziel ist es jedoch, einen Umsatz von 1,2 bis 1,5 Millionen Euro zu erwirtschaften. Und das dürfte nach unserem Ermessen auch erreichbar sein.“ www.kuechen-krampe.de · www.siematic-krampe.de

ANZEIGE



Miele

Schnell auf Höchstleistung.
Schnell kontrolliert.

Das TwoInOne Kochfeld ist unsere leistungsstärkste Kombination aus Produktionskochfeld und Dunstabzug. Auf den extragroßen Kochbereichen können Ihre Kunden komfortabel kochen und Genuss erleben. Das ist Qualität, die ihrer Zeit voraus ist.

Miele. Immer Besser.