

Splitter und Zitate von der AMK-Mitgliederversammlung

„Es sind noch Stühle frei“



1

1 Der Erfolg der AMK hat nachvollziehbare Gründe. Ein starker Vorstand gehört dazu. Ebenso ein überdurchschnittlich engagiertes Team in der Geschäftsstelle in Mannheim. Die konkrete Arbeit machen jedoch die Mitglieder selbst. In den Arbeitsgruppen „Technik & Normung“, „Marketing & Öffentlichkeitsarbeit“, „Internationalisierung“ und „Spülen & Zubehör“. Ausnahmslos jeder Sprecher appellierte an die Mitglieder: „Machen Sie mit – es ist Ihr Erfolg, der hier gestaltet wird.“ **André Dorner**, Vorstandsmitglied und Sprecher der Arbeitsgruppe „Internationalisierung“, drückte es besonders anschaulich aus: „Es sind noch Stühle frei.“

schaftsstand sind für 7500 Euro zu haben. Standbau inklusive.



2

2 Die von Grund auf modernisierte Homepage der AMK wurde pünktlich zur Mitgliederversammlung veröffentlicht. Was diese zu bieten hat, berichtete **Dirk Breunich** von der Werbeagentur Donner & Doria. Reinklicken lohnt: www.amk.de

6 Die chinesische Küchenmesse CIKB ist für die Koelnmesse ein wichtiges Werbeumfeld, um auf die LivingKitchen aufmerksam zu machen und die Internationalität des Kölner Messe-Events weiter zu fördern. Für 2017 sei die LivingKitchen auf einem „sehr guten Weg“, sagte Koelnmesse-Chef **Gerald Böse**. Fast alle führenden Branchengrößen haben bereits gebucht. „Positive Signale“ gibt es zudem aus Italien. Kurz nach der AMK-Mitgliederversammlung stand für LivingKitchen-Projektmanager **Eike Fuchs** eine Reise zu den führenden italienischen Herstellern im Terminkalender. Eins seiner wichtigsten Argumente: „Die LivingKitchen ist eine kompakte Gesamtschau, die in dieser Breite und Qualität an keinem Ort der Welt zu finden ist.“ Von der Hallenbelegung bleibt 2017 übrigens alles wie gewohnt: Die Hallen 4.1, 4.2 und 5 sind parallel zur imm cologne für die Küchenaussteller reserviert. Los geht es am 16. Januar 2017. Dann werden unter anderem wieder mehr als 5000 Journalisten in Köln erwartet.



3

3 37 Sponsoren nutzen die „PR-Maschine“ „Tag der Küche“ und profitieren von der konzentrierten Aufmerksamkeit in den Medien und den Sozialen Netzen. „Seien Sie dabei“, appellierte **Franz Bahlmann**, Arbeitsgruppensprecher „Marketing & Öffentlichkeitsarbeit“. Bei aktuell 139 Mitgliedsunternehmen scheint tatsächlich noch Sponsoren-Luft nach oben. Zur Verfügung stehen unterschiedliche Pakete: Basic (Investition 2500 Euro), Silber (5000 Euro), Gold (10000 Euro) und Premium (15000 Euro).

7 Auch für **Dr. Lucas Heumann**, Hauptgeschäftsführer des VdDK (Verband der Deutschen Küchenmöbelindustrie) führt am Zukunftsmarkt China kein Weg vorbei. Sein Appell: „Es ist wichtig, dass wir uns jetzt in China engagieren.“



5

4 Neues Mitglied im AMK-Vorstand ist **Frank Jüttner**, Leiter der Miele Vertriebsgesellschaft Deutschland. Im Vorfeld der Mitgliederversammlung wurde er kooptiert. Bereits seit dem 1. Februar 2016 gehört **Markus Sander**, Geschäftsführer Vertrieb und Marketing von Häcker Küchen, dem Leitungsgremium an.

8 Ein völlig neues Gesicht erhalten die AMK-Gebraucherinformationen. Die Werbeagentur Lemm hat die beliebten Fachinformationen deutlich modernisiert – inklusive 3-D-Effekte für digitale Renderings und Printveröffentlichungen. **Christian Lemm** gab in Mannheim einen ersten Überblick und berichtete über die Möglichkeiten der Darstellung. Die Veröffentlichung folgt in Kürze.



6

5 „Wir sind sehr, sehr stolz über die Entwicklung der Arbeitsgruppe ‚China‘ und über die CIKB“, sagt AMK-Geschäftsführer **Kirk Mangels**. An der Küchenmesse in Shanghai nahmen im Oktober 2015 17 Hersteller aus Deutschland teil. 2016 findet die Messe vom 21. bis 23. Oktober statt. Die Investitionen für eine Präsenz sind übersichtlich, wie Projektgruppensprecher **Andreas Kress** berichtet: 50 m² auf einem Gemein-

9 „Der ‚Tag der Küche‘ ist das größte Juwel, den die AMK hat – ein Diamant, auf den Sie aufpassen müssen“, sagte VDM-Pressesprecher **Achim Hannott** ausgesprochen bildhaft und berichtete von vielen Millionen kostenfreien Berichten in Print- und Onlinemedien zu diesem Anlass.



7

10 „Internet und neue Medien“ – das war für die Arbeitsgruppe „Marketing & Öffentlich-



8

keitsarbeit“ eines der Schwerpunktthemen im Jahr 2015. Die neu gestaltete Homepage ist eines der Arbeitsergebnisse und die modernen 3-D-Gebraucherdinformationen auch. Dazu kommen als permanente Inhalte Aspekte wie Pressearbeit, Marktforschung – und natürlich der „Tag der Küche“. Durch alle diese Aktivitäten weht derselbe Geist, betonte Arbeitsgruppensprecher **Axel Hagmeister**, nobilia. Der da heißt: „Lust auf eine neue Küche machen.“

- 11** Bei aller Zuversicht und Optimismus – der Markt bietet natürlich auch seine Herausforderungen und Ärgernisse. Davon weiß **Werner Scholz** vom Elektroverband ZVEI im Grunde jedes Jahr ein Lied zu singen. Allein weil er für das Dauerthema „Energielabel“ zuständig ist. Auch in diesem Jahr ließ sein Gesichtsausdruck nichts Gutes verheißen, als er als erster Gastredner die Stufen zum Rednerpult erklomm. Seine trocken formulierte Botschaft lautete: „Verabschieden Sie sich vom +-Zeichen.“ Der Hintergrund: Aktuell wird das Energielabel auf EU-Ebene erneut reskaliert und es ist absehbar, dass künftig die Klassen „B“ oder vielleicht sogar „C“ die Klassenbesten sein werden. „Eine riesige Herausforderung für das Marketing“, so Scholz. Er prophezeite ein „ziemliches Durcheinander“ und „viel Verunsicherung“. „Wir werden wohl viele Jahre verschiedene Versionen am Markt finden.“ Noch umfangreicher werden die Herausforderungen für Hersteller von Elektrogeräten, weil die Verbraucherrechte EU-weit deutlich gestärkt werden. Aktuell fließen viele Forderungen einer Studie des Umweltbundesamtes zum Thema „Geplante Obsoleszenz“ in die konkreten Gesetzesvorhaben ein. Stichworte sind längere Lebensdauer, verbesserte Reparaturfähigkeit und mehr Verbraucherinformationen.
- 12** Groß ist die Verwirrung auch zum „Elektrogesetz“ (Gesetz über das Inverkehrbringen, die Rücknahme und die umweltverträgliche Entsorgung von Elektro- und Elektronikgeräten), das seit Oktober 2015 in Kraft ist. Gastredner **Thomas Grothkopp** vom AMK-Mitglied BVDM (Bundesverband des Deutschen Möbel-, Küchen- und Einrichtungsfachhandels e.V.) monierte die Fahrlässigkeit vieler Unternehmen mit dieser Vorschrift. „Es überrascht mich, wie viele Marktteilnehmer dies auf die leichte Schulter nehmen“, so Grothkopp. Er appellierte an die betroffenen Unternehmen der Elektroindustrie: „Registrieren Sie Ihre Geräte.“ Hersteller im Sinne des ElektroG sind insbesondere

re Produzenten und Importeure, die sich ordnungsgemäß – das heißt mit der zutreffenden Marke und Geräteart – durch die „stiftung elektro-altgeräte register“ (stiftung ear) registrieren lassen müssen, bevor sie ihre selbst produzierten oder importierten Elektrogeräte in Deutschland in den Verkehr bringen.

Zur geplanten Re-Skalierung des Energielabels und der nach wie vor unvermeidlichen Kennzeichnungspflicht ergänzte er die Ausführungen von Werner Scholz, der bereits davon berichtet hatte, dass der Handel künftig verpflichtet sein könnte, sich für jedes Gerät das passende Energielabel aus einer Datenbank herunterzuladen. Wer falsch labelt, dem droht die Abmahnung. Deshalb appellierte Grothkopp eindringlich an die Adresse der Gerätehersteller: „Sorgen Sie dafür, dass alle ihre Daten sauber gepflegt sind.“

- 13** Erfolg in den Exportmärkte kommt nicht von allein. Maßgeblich verantwortlich sind die pränormativen Aktivitäten der AMK-Arbeitsgruppe „Technik & Normung“. Diese seien wichtig wie nie, sagte Arbeitsgruppensprecher **Peter Rethemeier**, Poggenpohl, mit Blick auf die Internationalisierung der Branche. Aber auch das für alle Märkte wichtige und derzeit heiß diskutierte Thema „Feuchtigkeit in der Küche“, zum Beispiel hervorgerufen durch sich selbst öffnende Geschirrspüler, wird seit mehreren Monaten intensiv bearbeitet.
- 14** Auf die internationalen Aspekte rund um die pränormativen Aktivitäten innerhalb der AMK ging **Georg Lange**, Leiter Technik und Normung beim HDH, Hauptverband der deutschen Holzindustrie, ein. Hier insbesondere auf die Bestrebungen des chinesischen Verbandes, die Rahmenbedingungen im eigenen Sinne zu verändern. Parallel mache sich auch im Verhältnis zu den USA eine „unterschiedliche Normungsphilosophie“ bemerkbar. „China forciert, USA blockiert“, brachte Lange die Lage auf den Punkt. Damit die europäischen Interessen gewahrt bleiben, seien nun Kompromisse nötig. Frei nach der Mutter aller AMK-Leitsprüche: „Wer nicht normt, wird genormt.“

- 15** Blumen für eine rundum gelungene Organisation: Die AMK-Vorstandsherren Werner Heilos und Dr. Oliver Streit (links und rechts neben Geschäftsführer Kirk Mangels) bedankten sich bei **Richarda Burré**, **Tanja Müller** und **Miriam Wehnes** für deren engagierten Einsatz vor und während der AMK-Mitgliederversammlung.

