



QUO VADIS, WERBUNG? KUNDEN ERREICHEN IN ZEITEN VON KI.



Rheinbach, Mai 2024. Der Küchenring unterstützt seine Gesellschafter unter anderem beim professionellen Markenauftritt. Als einer der führenden Verbände der Branche haben die Rheinbacher ein Auge auf die Trends – sowohl auf die positiven als auch die weniger hilfreichen.

„Kontinuität ist wichtiger, als kurzfristig jedem Trend zu folgen“, weiß Jürgen Feldmann. Der langgediente Küchenprofi und Geschäftsführer bei Der Küchenring setzte von Beginn an auf den Ausbau der Digitalisierung. Eine Verwerfung am Markt beobachten die Rheinbacher aktuell im Bereich von KI-generierten Werbeangeboten und das mit einer gewissen Skepsis: „Wir sehen eine große Zahl von neu gegründeten Unternehmen im Marketingbereich, die mit sehr aggressiven Preismodellen in den Markt drängen.“ Hinter den vielen verwendeten Anglizismen und Schlagworten fehlt dann allerdings oftmals die Substanz“, weiß Jürgen Feldmann zu berichten. „Das hierdurch dann wirkungslos Geld verbrannt wird ist das eine, es kann aber auch zu anhaltenden negativen Auswirkungen führen, wenn durch wenig individuelle, KI-generierte Kommunikationsmittel über kurz oder lang die Kundenbindung abnimmt.“

Auch bei Der Küchenring gehören die meisten Küchenhändler zum klassischen Mittelstand, sind meist regional aufgestellt oder in einer bestimmten Nische fest verwurzelt – zum Teil seit Generationen. Genau hier liegt auch der individuelle Mehrwert für die Endkunden. Für Küchenhäuser gilt es, dies als eigene Stärke auszuspielen und die regionale Verbundenheit zum Verkaufsargument zu machen. Dabei kann die Unterstützung eines regionalen Vereins in Verbindung mit einer Meldung in der Lokalpresse und einem Social-Media-Post mindestens genauso gut wirken wie eine kostspielige Printanzeige. „Kunden wollen immer öfter regional kaufen, auch Küchen. Wir raten unseren Gesellschaftern deshalb dazu, ihre Verbundenheit zum eigenen Standort klar zu kommunizieren.“, so die Positionierung von Jürgen Feldmann.

Das heißt aber nicht, dass man bei Der Küchenring auf moderne Marketingmethoden verzichtet. „KI ist auch für uns ein wertvolles Werkzeug, um große Datenmengen zu analysieren oder Informationen zu verdichten – für originelle und individuelle Werbung taugt sie im aktuellen technischen Stand nur wenig. Bots wie ChatGPT basieren auf statistischen Vorhersagen: Welches Wort würde ein Mensch als nächstes verwenden? Selbst wenn man diese Modelle mit eigenen Inhalten trainiert, kann per Definition nichts Neues entstehen. Diese Beliebigkeit braucht gerade Online heute niemand und sie schafft auch keine Kundenbindung.“ Genau solche Beliebigkeit ist es auch, die im Resultat dazu führt, dass KI-basierte Werbung von den großen Suchmaschinen seit kurzem regelrecht abgestraft wird und im Grundrauschen des Internets verschwindet. Eine authentische Kommunikation von regionaler Verbundenheit ist dadurch nicht möglich.

Es ist der Anspruch von Der Küchenring für jeden Gesellschafter, die jeweils optimale Marketingstrategie zu finden. Dabei setzt man in Rheinbach natürlich auch auf die neuen Medien, verliert dabei aber auch nie den handfesten Aspekt des Markenauftritts aus den Augen. Dazu gehören moderne Verkaufsflächen ebenso wie ein ansprechendes Produktportfolio, persönliche Betreuung und ein Corporate Design mit hohem Wiedererkennungswert.

Über Der Küchenring

Herausragende Einkaufskonditionen und ein professioneller Service für crossmediales Marketing sind zwei der wesentlichen Stärken von Der Küchenring. Seit 2020 hat Jürgen Feldmann den Verband zu einem Schwergewicht der Branche ausgebaut. Über 700 Küchenspezialisten aus Deutschland und Österreich profitieren dabei von einer klaren Wachstumsstrategie, konsequenter Digitalisierung und modernem Marketing mit hoher Wirksamkeit. Auch der gemeinsame Austausch wird bei Der Küchenring groß geschrieben und hilft dabei, neue Gesellschafter auf Erfolgskurs zu bringen.



Jürgen Feldmann
Geschäftsführer

Pressekontakt:

DER KÜCHENRING GmbH & Co. KG

Marie-Curie-Str. 6
D-53359 Rheinbach

Erika Burkard

Tel.: +49 22 26 – 90 41 34

Email: burkard@kuechenring.de

Mehr zum Thema finden Sie hier:

www.kuechenring.de/regionales-marketing/

