

Wie Andreas Kirschenmann den Markt für Gastroback sieht

Aus Sicht des Mittelstandes

Während der Fachhandel und die Lieferanten in vielen Segmenten des Technik-Marktes mit rückläufiger Nachfrage zu kämpfen haben, hat sich das Geschäft mit Elektroklein-geräten in den letzten Jahren positiv entwickelt. Das gilt besonders für das Segment Küche, in dem Gastroback seit vielen Jahren zu den etablierten Anbietern gehört. Auf der Ambiente präsentierte das Unternehmen sein umfassendes Sortiment von praktischen Küchenhelfern. PoS-MAIL nutzte die Gelegenheit, um mit Geschäftsführer Andreas Kirschenmann, der sich als Präsident der IHK Lüneburg-Wolfsburg auch über die Grenzen seines Unternehmens hinaus für die Wirtschaft engagiert, über seine Sicht auf den Markt zu sprechen.

PoS-MAIL: Herr Kirschenmann, mit welchen Gefühlen blicken Sie auf den Markt für Küchengeräte, der sich ja in den letzten Jahren durchaus positiv entwickelt hat?



Gastroback Geschäftsführer Andreas Kirschenmann engagiert sich als Präsident der IHK Lüneburg-Wolfsburg über die Grenzen seines Unternehmens hinaus für die Wirtschaft.

Andreas Kirschenmann: Wir haben in unserem Markt tatsächlich nicht mit so schwerwiegenden Rückgängen zu kämpfen, wie wir sie z. B. im TV-Markt beobachten können. Aber aufgrund der aktuellen wirtschaftlichen und politischen Situation stehen wir durchaus vor ernststen Herausforderungen. Da ist zum einen das Konjunkturthema, denn das fehlende Wachstum in Deutschland drückt natürlich auf die Nachfrage, ebenso wie die Standort-Diskussion – denn Menschen, die sich um ihren Arbeitsplatz Sorgen machen, halten bekanntlich

lieber das Geld zusammen. Und auch die zahlreichen internationalen Krisen tragen ebenso wenig wie die Zollpolitik des amerikanischen Präsidenten dazu bei, dass sich die Stimmung bessert.

PoS-MAIL: Gibt es neben diesen gesamtwirtschaftlichen Faktoren auch Aspekte, die vor allem den Markt für technische Konsumgüter betreffen?

Andreas Kirschenmann: Die gibt es in der Tat, und leider ist die Politik hier ebenso zögerlich wie bei den makro-ökonomischen Herausforderungen. Wir sehen seit Jahren eine Umstrukturierung des Einzelhandels bei gleichzeitig wachsenden Marktanteilen von Online-Spezialisten. Eigentlich ist es Aufgabe der Politik, faire Wettbewerbsbedingungen herzustellen. Darüber wird auch geredet, aber es passiert wenig bis gar nichts. Plattformen wie Temu überfluten immer noch den deutschen Markt mit chinesischen Billigprodukten, von denen niemand weiß, ob sie den in der EU geltenden technischen Standards genügen. Aber Probleme kommen nicht nur aus China. Die Marktmacht von Amazon führt ebenfalls zu massiven Verzerrungen, denn mittelständische Anbieter und inhabergeführte Unternehmen haben kaum Möglichkeiten, sich dagegen zu wehren, wenn die-



Neu fürs Grillen: Der 6-in-1 Kontaktgrill von Gastroback kann auch als BBQ- (bis 250° C) und Plancha-Grill sowie als Panini- und Sandwichmaker genutzt oder als Waffeleisen eingesetzt werden.

ser Gigant für seine Plattform eigene Spielregeln aufstellt und umsetzt. Um es auf den Punkt zu bringen: Was Donald Trump mit der EU macht, das macht Amazon mit Unternehmen wie Gastroback und auch mit den Händlern, die dort verkaufen wollen oder müssen. Die Politik zeigt leider wenig Neigung, dieses marktbeherrschende Unternehmen wirksam zu begrenzen.

PoS-MAIL: *Hat der Fachhandel – insbesondere der stationäre – in diesem Umfeld überhaupt noch eine Chance?*

Andreas Kirschenmann: Viele Fachhändler setzen zu Recht auf Faktoren wie kompetente Beratung und professionellen Kundendienst, denn das sind ja tatsächlich die wichtigsten Differenzierungsmerkmale. Hier sehe ich aber noch viel Potential: Denn der Fachhandel sollte sein Versprechen, den Kundinnen und Kunden ein besseres Einkaufserlebnis zu bieten, auch konsequent am PoS sichtbar machen. Was wir z. B. im vergangenen Jahr rund um den Black Friday beobachten konnten, war sicher nicht dazu geeignet, den Kunden glaubwürdig ein besseres Einkaufserlebnis zu vermitteln. Statt-

dessen stand an vielen Stellen der Preis im Mittelpunkt und nicht der Mehrwert, den stationäre Fachhandelsunternehmen bieten können.

PoS-MAIL: *Wird dieser Mehrwert denn in Zukunft noch gebraucht, um Elektrogeräte verkaufen zu können?*

Andreas Kirschenmann: Davon bin ich fest überzeugt. Denn zum einen werden die großen technischen Themen wie Digitalisierung und Robotik zahlreiche Innovationen mit sich bringen, die den Menschen erklärt werden müssen. Zum anderen bleiben uns die Lifestyle-Faktoren Ge-

sundheit, Ernährung und Genuss erhalten. Der Fachhandel kann wie keine andere Vertriebsform die individuellen Bedürfnisse der Menschen ermitteln und ihnen die richtigen Produkte empfehlen. Dafür muss er aber tatsächlich gegenüber Online-Anbietern einen echten Mehrwert bieten.

PoS-MAIL: *Eine Frage zum Schluss: Sie haben ja bereits die Umstrukturierung im Einzelhandel erwähnt. Was erwarten Sie vom Markteintritt des chinesischen Giganten JD.com via MediaMarktSaturn?*

Andreas Kirschenmann: Wir beobachten die Entwicklungen natürlich sehr genau. Ich wage keine Prognose, ob diese Hochzeit tatsächlich zu einer glücklichen Ehe führen kann. Mit Sicherheit wird es eine große Herausforderung sein, die europäischen Mentalitäten bei MediaMarktSaturn mit der Kultur eines chinesischen Konzerns zusammenzubringen.

PoS-MAIL: *Herr Kirschenmann, wir danken Ihnen für dieses Gespräch.*

Blickfang in der Küche: Dank des Zweikreis-Thermoblock-Systems kann die Siebträgermaschine Design Espresso Advanced Urban Duo von Gastroback Espresso und Milchschaum gleichzeitig zubereiten. Mit 30 Mahlgradeinstellungen und individuell programmierbarer Kaffeepulvermenge gelingen zahlreiche Spezialitäten von Espresso bis zu mildem Café Crème. Zum Lieferumfang gehören ein Tamper aus Edelstahl, Filtereinsätze für ein und zwei Tassen, ein Milchkännchen und Reinigungswerkzeug.

