

In einer alten Mühle hat Küchen Spies sein Zuhause.
Sie stammt aus dem Jahr 1931.



Das Geschäft hat Stephanie Roggenhofer letztes Jahr von ihrem Vater Hans Spies übernommen



Neu im Programm: Loftiger Küchenchic von Noodles

Küchen Spies in Hemau (Kreis Regensburg)

Reingezoomt – im Reich der „Küchen-Müllerin“

Eine Premiere für den KÜCHENhandel. Ein Versuchsballon für Stephanie Roggenhofer. Zusammen starten wir das erste virtuelle Studioportrait. Ein Videobesuch via Zoom. Das will sie auch ihren Kunden künftig anbieten.

Ein Link, ein Klick und schon sind wir mitten in der alten Mehlmühle. Hier hält Stephanie Roggenhofer seit letztem Jahr die Zügel in der Hand. Die 39-Jährige tritt in die Fußstapfen ihres Vaters, der 1982 den Grundstein für das Geschäft von Küchen Spies legte. Zum Generationenwechsel erstrahlt die historische Kulisse in neuem Glanz.

■ Per Tablet nimmt die Chefin uns mit auf den Mühlenrundgang. Das ganze Gebäude wurde entkernt, Boden, Decke, Küchenkojen neu gemacht, das Dachgeschoss und die Galerie eingezogen. „Meine Tochter ist sehr innovativ. Von der Büroausstattung bis zum Internetauftritt – sie geht mit der Zeit. Wir waren vorher auch nicht altbacken.

Aber jetzt ist es richtig modern. Ein großer und wichtiger Schritt für die Zukunft“, erklärt Hans Spies zufrieden. Mit seinen 68 Jahren ist er noch Vollzeit mit an Bord, in Beratung und Verkauf. Allmählich will er jedoch „etwas leiser treten“ und – anders als in den letzten vierzig Jahren – samstags nicht mehr arbeiten. „Allerdings“, gesteht er amüsiert, „habe ich mir versehentlich gerade schon wieder zwei Beratungstermine auf Samstag gelegt.“

„Er ist ein 1a Verkäufer und hat sich auch beim Umbau toll gekümmert“, freut sich seine Tochter. Sie trägt den Namen ihres Ehemanns, führt für das Geschäft aber den gut etablierten Namen ihres Vaters weiter. „Die Übernahme“, erzählt Stephanie Roggenhofer, „verlief völlig reibungslos. Ich arbeite ja seit über fünfzehn Jahren im Geschäft mit und habe mir schon einige Jahre mit meinem Va-



ter die Geschäftsführung geteilt.“ Allerdings hatte sie vor der Übernahme eine unabdingbare Voraussetzung: der Baumarkt, den ihr Vater gegenüber aufgebaut hatte, musste aufgegeben werden. „Für meinen Vater war das hart, vor allem die Mitarbeiter zu kündigen und die Schließung publik zu machen. Aber mein Bruder führt ja im Nachbarort noch einen Baumarkt und für mich wäre das einfach zuviel geworden.“ Ohnehin ist das Geschäft sehr vielseitig aufgestellt. Seit jeher gehören Fußböden und Deckenpaneele zum Sortiment, außerdem Esszimmermöbel und Dekoartikel, Geschirr sowie Terrassenpaneele, Sichtschutzwände und Spieltürme für den Garten. Hans Spies und sein ehemaliger Partner waren ursprünglich dafür angetreten, alles für den Hausbau anzubieten. „Wir haben mit der Zeit viele Gewerke gestrichen, u. a. auch die Badmöbel, weil die Küchen immer komplizierter wurden und es anspruchsvoll genug ist, sich auf dem Gebiet top auszukennen.“

Ein kurzer Blick vor die Tür, dann geht es durch die 500 Quadratmeter große Ausstellung der „Küchen-Mühle“. Fröhlich und nett ist die Führung mit der Chefin, die Räumlichkeiten sind hell und geschmackvoll gestaltet. Zwölf Küchen im Erdgeschoss, oben drei. Auf dem Bildschirm kann man alles gut erkennen. Nur nichts anfassen. Schubladen öffnen, Fronten fühlen, Geräte prüfen – das wollen und brauchen die Kunden natürlich auch. Aber zur Zeit können sie durch den Lockdown nicht kommen und wer sich per Video alles anschaut, bekommt zumindest schonmal einen ersten Eindruck und einen guten Überblick.

Der Schwerpunkt liegt auf Leicht Küchen. Außerdem gibt es Küchen von Häcker und dazu hat Stephanie Roggenhofer den Hersteller Noodles ins Programm geholt. „Dieser lof-

Das Innenleben der Mühle wurde für die Ausstellung von Grund auf modernisiert, dabei aber darauf geachtet, den Charakter der historischen Bauwerks zu erhalten.

Zum Service des Studios gehört auch eine Geräteeinweisung zuhause, die in der Regel der Berater macht, der dem Kunden die Küche verkauft hat.

tige Look mit Stahl und Holz trifft genau meinen Geschmack. Natürlich ist es ein Nischenprodukt, das nicht für jeden passt. Die Noodles-Küchen brauchen z. B. möglichst unverputzte Wände, um wirklich wirken zu können. Aber gerade haben wir noch ein Modell in rot verkauft.“

Das zeigt: Die Einwohner von Hemau sind küchentechnisch am Puls der Zeit. Zum Teil kommen die Kunden sogar aus Regensburg oder München hierher, um ihre Küchen auszusuchen, wobei die 14 Parkplätze vor der Tür sicher von Vorteil sind. Gelegen ist das Studio am Rand der Innenstadt, die eine jahrhundertalte Romantik ausstrahlt. Neben dem Studio: ein Metzger und ein Ein-Euro-Shop. Überwiegend sind die Küchen-Kunden Eigenheimbesitzer. Im Trend: dunkle Farben kombiniert mit Holz. Viel gefragt sind dazu Arbeitsplatten aus Granit, die der örtliche Steinmetz macht. Fenix-Fronten, Induktionskochfelder, Muldenlüfter, hochgebaute Geschirrspüler und Öfen, große Standkühlschränke – der durchschnittliche Verkaufspreis liegt bei 17.000 Euro. Nur smarte An-

So sah die Mehlmühle früher aus. Nebenan war ein Sägewerk. Die Räumlichkeiten nutzt Küchen Spies als Lager.

Hemau ist mit seinen 8.500 Einwohnern ein beschauliches Städtchen. Offiziell gehört Küchen Spies noch zum Zentrum.





Viel Holz — das ist ein Markenzeichen der stimmigen Ausstellung. Passend zu den Küchen wird auch im Bereich Geschirr und Dekoration einige Auswahl geboten.



Neben der Arbeit achtet die Chefin darauf, genug Zeit für die Familie zu haben. Hier ist sie mit Sohn Elias und ihrem Mann Hubert Roggenhofer bei der Neueröffnung.

Küchen Spies stattet auch den Ess-/Wohnbereich professionell aus – mit Möbeln und Fußböden. Beides gehört fest zum Sortiment.



wendungen haben sich noch nicht durchgesetzt, obwohl theoretisch alles vernetzbar ist. In der Ausstellung gibt es zur Anschauung die berbel Skyline Sound.

Passend zu den Küchen verlegt Küchen Spies häufig Fußböden bis in den Essbereich – zur Zeit insbesondere Vinyl-Designböden aus deutscher Produktion in Eichen- oder Betonoptik.

Bei einem Besuch vor Ort würden wir jetzt sicher zusammen einen Kaffee trinken. So versorgt sich jeder vor seinem Bildschirm selbst. Im Hintergrund ist es ruhig, die Mitarbeiter arbeiten in ihren Büros. Mit einem insgesamt elfköpfigen Team stemmt Stephanie Roggenhofer das Geschäft. „Gut gebrauchen könnten wir noch einen Montagetrupp und einen weiteren Sachbearbeiter“, sagt sie. Rund 150 Küchen werden im Jahr verkauft und die Umsätze steigen trotz der Corona-Krise weiter. Die meisten Kunden, erklärt die Studiochefin, kommen über Mund-zu-Mund-Propaganda. Zudem kommen immer wieder Aufträge über die Leicht-Homepage rein, die zu den Leicht-Händlern der Region verweist. Mit Facebook, mal Print oder Radiowerbung zeigt man sich auch der breiteren Öffentlichkeit und in Corona-freien Zeiten gibt es regelmäßig Gerätecourse.



„Unsere Besonderheit ist, dass wir außerordentlich gut informiert sind und alles bis ins Detail erklären können. Dafür nehmen wir uns auch Zeit, wenn der Kunde mit einem Gegenangebot kommt. In vieles fuchen wir uns selber rein, einfach weil wir wissen wollen, wie was funktioniert, und wir machen regelmäßig – jeder ein- bis zweimal jährlich – Schulungen zu den Küchenmöbeln und Geräten.“ Außerdem wird gut darauf geachtet, dass die Beratung menschlich passt, also Berater und Kunde gut miteinander klarkommen. Manche fühlen sich z. B. besser bei einem weiblichen, andere bei einem männlichen Berater aufgehoben. „Das Schönste für uns ist es, wenn der Kunde sich nach der Montage so richtig über seine neue Küche freut. Als Berater machen wir meist selbst die Geräteeinweisung vor Ort und das ist dann wirklich eine Freude zu sehen, was man erschaffen hat und wie zufrieden die Kunden damit sind.“ Etwa 80 Prozent der Kunden nehmen die Geräteeinweisung in Anspruch.

Angeschlossen ist Küchen Spies schon seit 1985 der MHK. „Über die Mitgliedschaft kriegt man die Basics vom Marketing über Finanzierung bis zum Einkauf geregelt. Das ist praktisch. Geholfen hat uns auch die Begleitung im Rahmen des Generationenwechsels und des Umbaus mit dem Ladenbau-Konzept Initiative Zukunft. Das war prima organisiert, mit nur einem Ansprechpartner für uns, der alles koordiniert hat.“ Stephanie Roggenhofer nimmt zudem regelmäßig an den Jungunternehmertreffen teil – ein Erfahrungsaustausch, von dem sie sehr profitiert. Sie ist gelernte Eurokauffrau. Für das Küchengeschäft hat sie sich zusätzlich mit einer Ausbildung an der Möbelfachschule in Köln gerüstet und darauf noch den Betriebswirt IHK in der Abendschule gesattelt.

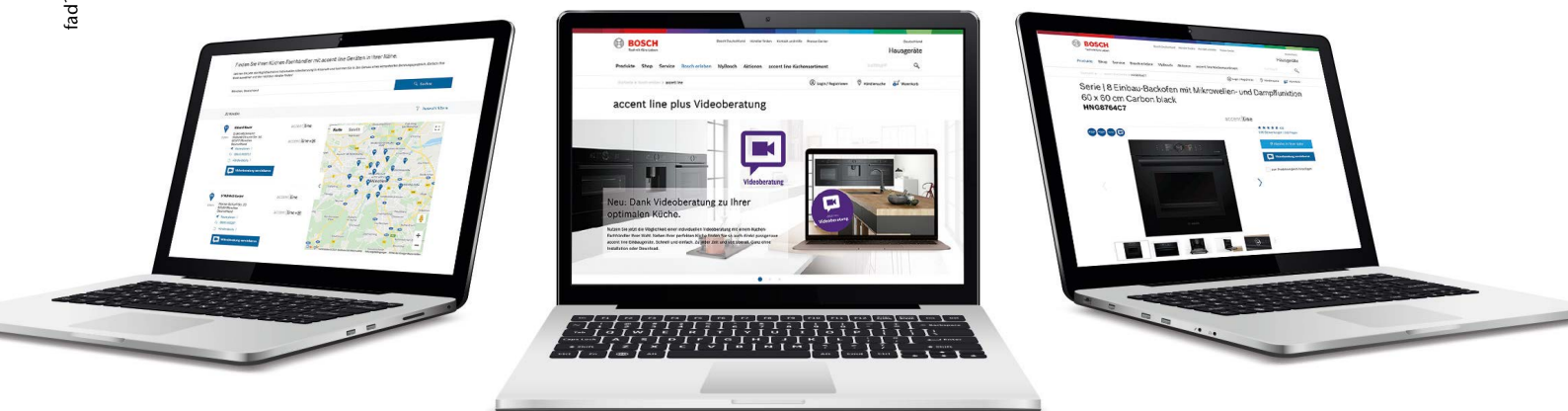
„Zeitlich ist es natürlich schon eine Herausforderung, das Studio zu führen“, sagt sie, vor allem aus ihrer Sicht als Mutter. „Einen Tag, den Dienstag, hab ich mir aber als Kindertag reserviert, wo ich nur Zeit für meinen Sohn habe. Er ist jetzt drei Jahre alt.“ Im nächsten Schritt möchte sie die Gartenabteilung ausbauen und in diesem Zusammenhang evtl. auch Outdoorküchen mit ins Programm nehmen. „Außerdem träume ich davon, ein kleines Café zu integrieren. Unsere Räumlichkeiten sind so schön, dass es sicher Spaß macht, sich dort länger aufzuhalten.“

Auch der Zoom-Besuch hat Spaß gemacht und von der engagierten „Küchen-Müllerin“ wird man sicher noch einiges hören und sehen. (cht) ■

Bosch accent line plus Videoberatung

Exklusiv für qualifizierte accent line Partner

fad1986/iStock



Prominente Darstellung der accent line plus Partner in der accent line Händlersuche

Accent line plus Videoberatung auf allen relevanten Seiten der Bosch Hausgeräte Website

Verlinkung zur Videoberatung mit Call-to-Action Button bei allen accent line Produktdetailseiten

Der Marke Bosch vertrauen weltweit Millionen Haushalte. Und mit mehr als 17,6 Millionen Besuchern im Jahr 2020 ist die Seite www.bosch-home.de die meistbesuchte Hersteller-Website der Branche. Die Marktforschung bestätigt: Ein Großteil der Kunden hat das Bedürfnis, sich vor einem Hausgeräte-Kauf umfassend über die Produkte zu informieren. Aufgrund der aktuellen Situation ist dieses Bedürfnis noch weiter gewachsen. Die Möglichkeiten der digitalen Information und des digitalen Dialogs sind so relevant wie noch nie. An diesem Punkt setzt Bosch nun mit einem neuen exklusiven Service an – der **accent line plus Videoberatung**.

Fachkundige Beratung

Konsumenten finden auf der Bosch Hausgeräte Homepage im Bereich accent line Küchensortiment alle teilnehmenden accent line plus Partner von Bosch. Per Web-Formular fragen potenzielle Kunden bei ihrem Wunsch-Küchenplaner einen Termin an und

erhalten spätestens nach 24 Stunden eine Rückmeldung. Die umfassende und kompetente Beratung durch den qualifizierten Küchenplaner findet in einem Live-Video-Call statt – ganz bequem von zu Hause aus. Der erste Schritt zur individuellen Traumküche wird damit persönlich, direkt und unkompliziert.

Die Vorteile für accent line plus Partner

Die Videoberatung ist der direkte Kontakt zum Konsumenten über die Bosch Hausgeräte Homepage. 17,6 Millionen Besucher werden durch einen prominenten Auftritt auf der Website auf die accent line plus Videoberatung aufmerksam gemacht. Weitere Aufmerksamkeit erhält die Bosch Videoberatung dank zielgruppengenaue Werbemaßnahmen mit Sally. Hierbei werden gezielt Küchenplanungs-Interessenten angesprochen.

Die accent line plus Videoberatung ist ein exklusiver Service für den qualifizierten Küchenfachhandel. (www.bosch-home.de) ■

