



Andrea Heiner-Kruckas, Marketing Direktorin bei Küppersbusch, und Klaus Keichel, der seit mehr als 40 Jahren für das Design bei Küppersbusch verantwortlich zeichnet

Küppersbusch in Rat für Formgebung berufen

Die Küppersbusch Hausgeräte GmbH wurde als Stiftungsmitglied in den Rat für Formgebung berufen. Eine Stiftungsmitgliedschaft erhalten nur Unternehmen, die sich durch besondere Leistungen und Erfolge in den Bereichen Design und Markenführung auszeichnen. Hierzu Andrej Kupetz, Hauptgeschäftsführer Rat für Formgebung/German Design Council: „Wir freuen uns sehr, die Küppersbusch Hausgeräte GmbH als neues Stiftungsmitglied beim Rat für Formgebung begrüßen zu können. Das Unternehmen mit Markenwerten wie Design, Qualität, Funktion und Innovation passt hervorragend in unseren Stifterkreis, der sich aus über 200 namhaften, designorientierten Unternehmen zusammensetzt. Alle verbindet die Überzeugung: Starkes Design und starke Marken gehören zusammen. Küppersbusch stellt dies bereits seit 140 Jahren erfolgreich unter Beweis.“

Diresco mit neuer Vertriebsstruktur

Diresco, Hersteller von Quarzsteinplatten mit Sitz im belgischen Oplabbeek, hat seit dem Herbst einen neuen Weg im Vertrieb eingeschlagen: Unter der Führung von Bruno de Brandt wurden in den vergangenen Monaten bundesweit fünf strategische Partner gewonnen, die die Produkte von Diresco in festgelegten Regionen vertreiben. Die Belgier haben ein ausgefeiltes Partnerkonzept erdacht, das neben dem exklusiven Vertrieb der Quarzsteinplatten eine Reihe von Zusatznutzen verspricht. Die ständige und kurzfristige Lieferverfügbarkeit aller gängigen Farben und Materialstärken wird beispielsweise durch zusätzliche Produkt-Offerten wie Quarzsteinbecken ergänzt. Im Aufbau befindet sich überdies eine Diresco-Akademie zur Weiterbildung von Steinmetzen und Handelspartnern. Durch die gemeinsame Entwicklung von Marketingbausteinen sollen gezielt Architekten und Innenarchitekten angesprochen werden. Zur Unterstützung bei Konzeption und Gestaltung hat Diresco den Unternehmensberater Winfried Titze aus Neuss engagiert.

Minotticucine zeigt wieder Flagge

Die italienische Asso-Gruppe, seit 2014 Eigner des damals insolventen Küchenherstellers Minotticucine, meldet sich mit der Edelmarke auf dem deutschen Markt zurück. Derzeit bestehen noch zwei Ausstellungen, eine in München, die andere in Hamburg. Verantwortlich für das neue Vertriebskonzept für Deutschland, Österreich und die Schweiz ist der frühere Bulthaupt- und AFG-Manager Hansgeorg Derks mit seiner *derks brand management consultants* in München.

Ziel für Minotti sei eine kleine, selektive Distribution, im Höchstfalle mit 20 Handelspartnern in Deutschland. Wobei die bereits vorhandenen exklusiven Ausstellungen in Hamburg und München mit eingerechnet werden. Derks, der den Vertrieb der Marke in Deutschland nicht koordinieren, sondern lediglich Minotti als Unternehmensberater und PR-Agentur unterstützen wird: „Wir haben das Vertriebs- und Markenkonzept für die Luxusmarke erarbeitet, dabei soll Minotti nicht ausschließlich exklusiv vermarktet werden, wir können uns die Marke auch in einem exklusiven Küchenfach- oder Möbelgeschäft vorstellen.“

Seit 2014 gehört Minotticucine zur Asso Gruppe, die ihren Hauptsitz als Ladenbauunternehmen (Benetton, Guess, Salvatore Ferragamo, Sisley) in der Nähe von Verona hat. Unter dem Firmendach befindet sich auch das Unternehmen HPL Systeme, das Großprojekte abwickelt. Der italienische Küchenhersteller Maistri gehört ebenfalls seit 2012 zur Asso Group.