

KÜCHEN*handel*

Fachmagazin für Küchenmöbel, Hausgeräte, Zubehör · Ausgabe 3 · Juli 2017 · 7039



Veggie-Marketing für die Küchenbranche



Veggie-Boom erreicht Küchenhandel

Wo man auch hinsieht: Die früher oft müde belächelten Vegetarier und Veganer sind auf dem Vormarsch. Veggie ist hip und überall. In Geschäften, Restaurants, Hotels, Krankenhäusern und sogar den Fußballstadien gibt es für die Freunde fleisch- oder völlig tierfreier Ernährung ein immer größeres Angebot. Warum also nicht auch im Küchenfachhandel? Wer anders isst, der kocht auch anders, und da stößt die normale Fleischesser-Küche mitunter an ihre Grenzen. Die erste mehr oder weniger fleischlose Küchen-Alternative kommt jetzt in den Handel, andere stehen in den Startlöchern.

Die potentielle Zielgruppe ist beachtlich groß: laut Robert-Koch-Institut sind es 4,3 Prozent der Erwachsenen, laut Vegetarier-Bund sogar 10 Prozent der deutschen Bevölkerung, die sich vegetarisch ernähren, also rund 8 Millionen Menschen. Dazu kommen die Veganer auf der einen Seite (1,3 Mio) und auf der anderen die große Zahl der sogenannten Flexitarier. Flexitarier verzichten zunehmend auf Fleisch und streben eine gesündere Ernährung an. Nach einer GfK-Studie aus 2015 ordnet sich über ein Drittel der deutschen Haushalte bei dieser Ernährungsweise ein. Überwiegend sind die Flexitarier der wachsenden Gruppe von LOHAS (Lifestyle of Health und Sustainability) zuzuordnen, so dass ihr Anteil weiter zunehmen wird. Ebenso der Anteil an Vegetariern. Diese sind zumeist jüngere Menschen und „lassen sich eher durch ethisch-moralische Ansprüche wie Tierwohl und Umweltschutz leiten. Solche Überzeugungen wirft man nicht einfach so über Bord, wenn man älter wird“, führt die GfK-Studie weiter aus. Bei den



einen wie den anderen wird in größerem Umfang und zum Teil auch auf andere Art und Weise Obst, Gemüse und Getreide verarbeitet. Das weckt spezifische Bedürfnisse, die bislang auf dem Küchenmarkt kaum Gehör fanden.

Leif Kania hatte früher einen Vollsortiment-Möbelmarkt in Flensburg und kennt sich in der Küchenbranche aus. Vor fünf Jahren verkaufte er sein Geschäft, um zunächst Coachings im Küchen- und Möbelbereich anzubieten.

Seine aktuelle Geschäftsidee entstand allerdings in einem ganz privaten Umfeld: im Urlaub mit der Familie.

„Wir kochen sehr bewusst und gesund und hatten uns schon öfter darüber geärgert, dass es in der Küche dafür an vielem fehlt.“ Wenige Tage später hatte seine Idee schon einen Namen: Veggiekitchen. So heißt die neue Küchenmarke, mit deren Bio-Lifestyle-Features Kania jetzt an den Markt geht. Sein Ziel: in den kommenden drei Jahren 300 Handelspartner gewinnen. Im Fokus stehen Deutschland, Österreich, Schweiz und die Niederlande. Kania ist überzeugt: „Der grüne Food-Lifestyle ist kein kurzfristiger Hype, sondern ein langfristiger Trend.“ Hier kommt die Veggiekitchen ins Spiel. Sie umfasst u.a. ein XXL-Spülbecken

Ab Ende Juni ist Leif Kania mit seiner Veggiekitchen auf dem Markt

aus Keramikverbundstoff, Schütten für die Aufbewahrung von Getreide und Saatgut und ein spezielles LED-Lichtsystem ohne Grünlichtanteil für die Kräuter- und Sprossenzucht. Der Lila-Ton des Lichtsystems trifft vermutlich nicht jedermanns Geschmack, aber die Pflanzen wachsen besser und sind länger haltbar. Mit speziellen Regalflächen und einem innovativen Tablar-Auszug für bisher ungenutzte Küchen-Ecken finden zudem die zusätzlich in der Frische-Küche oft gebrauchten Geräte ihren Platz, wie der Slow Juicer (Entsafter), Smoothie-Mixer oder auch der Thermomix. In die Arbeitsplatte ist ein Mörser integriert.

Ganz neu ist die Idee freilich nicht. Schon auf der LivingKitchen 2015 wurde eine speziell für Vegetarier konzeptionierte Küche präsentiert, genannt „Vooking“. Entwickelt wurde sie über zwei Jahre in Österreich von Mario Zeppetzauner und Stefan Degn von formquadrat zusammen mit einem Möbeldesigner, einem Tischler und dem vegetarischen Wiener Spitzenkoch Harald Hochetlinger. Ihr vegetarisches Küchenkonzept gliedert sich in sieben frei miteinander kombinierbare Units. Die Spülen-Unit mit Doppelbecken, zusätzlichen Ablaufflächen und Randzonen und einer Keimbrücke zum Züchten von Saaten etc., die Schneiden-Unit mit großen Holzbrettflächen und Arbeitsflächen aus Delton zum Teigkneten, die Herd-Unit mit Wok-Gas-einheit und Teppan Yaki-Grillplatte und/oder Induktionsherd, die Ofen-Unit mit Backrohr

Mit dem Veggiekitchen-Logo, grünen Schränken, Aufstellern und Koch-Events will der neue Küchenanbieter im Handel Aufmerksamkeit wecken



Vegetarier sind vielfach auch stark am Umweltschutz interessiert. Der CO₂-Ausgleich wird hier zum zusätzlichen Verkaufsargument



Bei Vooking hat die Spüle zusätzliche Ablaufflächen und eine Keimbrücke

Der Mörser in der Arbeitsplatte

und Dampfgarer, die Kühl-Unit mit mehreren Kühlzonen für empfindliche Lebensmittel, die Farming-Unit mit Wachstums-LED-Leuchten und Lüftungssystem, die Getreide-Unit mit Getreidemühle und speziellen Lagermöglichkeiten für Getreidesäcke. Als Kooperationspartner für die Vooking-Küche waren bekannte Unternehmen aus der Branche wie Gaggenau, Team 7, Cosentino, Franke, Dornbracht, Pfeffersack&Söhne und SFK Tischler an Bord. Anfang 2017 wurde nun die Vooking GmbH gegründet. Die österreichische Vegetarier-Küche liegt eher im gehobenen Preissegment. „Leider“, so Designer Stefan Radinger, „ist die Küche noch nicht vom Konzept in die Serie übergegangen. Wir sind zur Zeit auf der Suche nach einem Kooperationspartner, der mit uns die gesamte Küche zum Serienprodukt entwickelt.“ Wie es weiter heißt, gibt es viel Zuspruch und wöchentliche Anfragen, auch von bekannten Persönlichkeiten wie Sarah Wiener.



Das Team um Stefan Degn und Mario Zeppetzauner (Mitte) hat die Vooking GmbH gegründet

Für die deutsche Veggiekitchen startet im Juni der Verkauf mit ersten Platzierungen in Flensburg, Kiel, Lüchow und der Umgebung von Hamburg. Leif Kania setzt sein Küchenkonzept mit einem renommiertem Küchenhersteller aus Ostwestfalen um, der namentlich aber nicht genannt werden soll. Erhältlich ist die Küche in zahlreichen Front- und Farbvarianten; der Einbau der Schränke ist in einer Breite von 30 bis 120 cm ohne Aufpreis flexibel. Preislich zielt sie mit 7.000 bis 15.000 Euro auf das mittlere Preissegment. Die Elektrogeräte kann der Handelspartner nach Kundenwunsch zusammenstellen, unter einer Bedingung: Es müssten ausschließlich ener-

gieeffiziente Modelle in den Klassen A++ oder A+++ sein. In Sachen Umwelt will Veggiekitchen zusätzlich punkten. Laut Aussage von Kania ist die Veggiekitchen 100-prozentig klimaneutral durch einen Tüv-geprüften CO₂-Ausgleich. Das funktioniert so: Alle CO₂-Emissionen, die beim Betrieb der Küche entstehen, also u.a. durch Energie- und Wasserverbräuche, sollen durch die Unterstützung eines Klimaschutzprojektes in Kenia kompensiert werden. Das Projekt LifeStraw verteilt moderne Wasserfilter an die Landbevölkerung, wodurch das Abkochen des Wassers an den zu meist offenen Feuerstellen entfällt. Dadurch wird wiederum die Abholzung der Wälder reduziert und CO₂ eingespart. Die Händler erhalten dafür entsprechende Zertifikate. Zu der Veggiekitchen bekommen sie außerdem Marketing-Unterlagen, kostenfreie Mitarbeiter-schulungen und Kochshows mit dem Gesundheitskoch und Autor Björn Moschinski, der als Markenbotschafter für Veggiekitchen auftritt. Kania und seine Frau sind für die Veggiekitchen mit Rezepten & Co. auch im Social Media-Bereich aktiv, bei Facebook, Pinterest, Instagram etc. Als besonderen Anreiz bekommt jeder Käufer zum Küchenkauf einen Slow Juicer und ein Rezeptbuch geschenkt. Veggiekitchen will in den nächsten drei Jahren 300 Handelspartner gewinnen

Kania war mit seiner Idee für Veggiekitchen auch bei der MHK vorstellig geworden. Dort hat man aber eine eigene Linie für die gesundheitsbewussten und frischeorientierten Küchenkäufer aufgebaut: die selectiv fresh. Die Küche wird von Ballerina produziert und wurde mit der Rohkostexpertin und Bloggerin Julia Rawsome zusammen entwickelt. Anfang April stellte die MHK sie auf der Hauptversammlung erstmals vor. Auch hier ist ein besonderes Stauraumkonzept für Schneidbretter und zusätzliche Küchengeräte wie Dörrgerät, Mixer und Entsafter im Programm,

Veggies weltweit

Einer der ersten prominenten Vegetarier war der griechische Philosoph und Mathematiker Pythagoras (570 bis 500 vor Christus). Neben der berühmten Formel $a^2+b^2=c^2$ rechnete er damit, dass „alles was der Mensch den Tieren antut, auf den Menschen zurückkommt“ und ernährte sich daher nur fleischlos. Weitere berühmte Anhänger der pflanzlichen Ernährung sind Buddha, Leonardo da Vinci, Leo Tolstoj, Gustav Mahler, Brigitte Bardot, Dustin Hoffmann, Kim Basinger oder Brad Pitt. Laut Planet Wissen ernähren sich weltweit rund 1 Milliarde Menschen vegetarisch. Der überwiegende Teil aus wirtschaftlichen Gründen. Daneben spielen moralische und auch Umweltgründe eine Rolle, wie der hohe Wasserverbrauch, die Rodung von Wäldern für Weideflächen- und Futtermittelanbau und der Klimakiller Methan. Ein Rind soll in einem Jahr genauso viel Treibhausgase ausstoßen wie ein Pkw bei 18.000 Kilometern Laufleistung.

Führend sind im vegetarischen Ländervergleich – nach den Zahlen des Statistik-Portals Statista – die Inder (40 Prozent) vor Israel (13 Prozent) und Taiwan (12 Prozent). Deutschland steht nach Österreich an 6. Stelle. Auch einen Weltvegetarier-Tag gibt es: er findet seit 35 Jahren am 1. Oktober statt.



ein großzügiges Spülbecken, ein Kühlschrank mit Klimazonen sowie mehr Platz für Biomüll, der beim Verwenden frischer Zutaten verstärkt anfällt. Die optische Stilrichtung der selectiv fresh ist vom reduzierten Designer-Look bis zur modern interpretierten, romantischen Landhausküche für jeden Geschmack frei wählbar. Zusätzlich punkten will die MHK-Küche ebenfalls mit dem Umweltschutz: Es wird nur Holz aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern verwendet, was durch das PEFC-Zertifikat sichergestellt wird. „Die Nachfrage seitens des Handels ist groß“, so Marketing-Vorstand Dr. Daniel Schmid, „denn das Thema ‚Gesund ernähren‘ ist en vogue.“ Aktuell wird die Platzierung im Handel vorbereitet. Mitgeliefert wird den Händlern ein Marketing- und Werbepaket incl. Eventkonzepten wie Detox-Workshops mit Julia Rawsome, und über das Internetportal von selectiv fresh erhalten die Nutzer noch Gesundheits-, Ernährungs- und Fitnesstipps.

Seitens des Vegetarierbunds Deutschland VEBU geht man davon aus, dass sich vegetarisch und vegan lebende Menschen für Küchen interessieren, die speziell auf ihre Bedürfnisse abgestimmt sind, und glaubt, dass sich das Angebot an entsprechenden Kücheneinrichtungen in Zukunft vergrößern wird. „Auch Menschen, die sich gesund ernähren wollen und daher schrittweise ihren Fleischkonsum reduzieren, kann eine entsprechende Kücheneinrichtung die Umstellung in diese Richtung erleichtern“, äußerte sich VEBU-Geschäftsführer Sebastian Joy gegenüber der Redaktion. Mehr Stauraum im Kühlschrank sowie für Geräte, Gemüsebürsten, Sprossengläser und Gewürze, großzügige Koch-, Schneide- und Arbeitsfelder sowie z.B. ein spezieller Biomüll-Abwurf unter der Arbeitsfläche sind „vegetarische Features“, bei denen der VEBU Bedarf sieht. Der Vegetarierbund verzeichnet seit Jahren einen Mitgliederzuwachs und



MHK bereitet jetzt die Platzierung der selectiv fresh im Handel vor



Erhöhten Stauraumbedarf haben viele Vegetarier u.a. für Getreidesäcke und -mühlen



Die selectiv fresh bietet u.a. doppeltes Volumen für den Biomüll



Fresh sollen in der MHK-Küche auch das Obst und der Kuchen bleiben

geht davon aus, dass die Zahl der Menschen, die sich fleischlos ernähren, weiter steigen wird. Eine Forsa-Umfrage im Auftrag des VEBU ergab, dass es schon jetzt über 42 Mio. Teilzeitvegetarier in Deutschland gibt, die an drei oder mehr Tagen in der Woche kein Fleisch essen. Knapp zwei Drittel (65 Prozent) davon sind Frauen, 38 Prozent Männer.

Auch seitens der AMK, der Arbeitsgemeinschaft Die Moderne Küche, begrüßt man das

Angebot spezieller Küchen für Vegetarier & Co., da es dem Wandel in der Gesellschaft zu einer gesünderen, bewussten Ernährung Rechnung trägt und neue Kaufimpulse auslösen kann. Grundsätzlich, so die AMK, könnten die Küchen von jedem Küchenmöbelhersteller produziert werden. „Die Kunst liegt hier eher in der Planung des Küchenplaners.“ Das Ess- und Kochverhalten der Kunden müsse unbedingt ein Teil der individuellen Küchenplanung sein. (cht) ■

Fotografie: Gianni Antonelli/Icon



WUNDERBAR HARMONISCH

Frames by Franke vereint alle wesentlichen Elemente der Küche – Spüle samt Armatur, Backofen, Kochfeld und Dunstabzugshaube – zu einem intelligenten modularen System. Die über 40 Komponenten sind in Design und Funktionalität exakt aufeinander abgestimmt und individuell kombinierbar: Für optimale Arbeitsabläufe und maximalen Komfort.

Entdecken Sie mehr auf franke.de/ks

MAKE IT WONDERFUL

FRANKE