



Küche 3000 Mennen in Westerholt

„Für jede Küche gibt es einen Kunden,
er weiß es nur noch nicht“

Amors Pfeil traf sie auf der Möbelfachschule in Köln. Lars und Julia Mennen sind beide Absolventen der Branchenfachschule im Bereich Betriebswirtschaft und beide sind überzeugte, begeisterte Verkäufer. Was lag also näher, als ins elterliche Küchenstudio von Lars Mennen einzusteigen. Küchenhandel-Redakteurin Stefanie Willach besuchte die zweite Unternehmergeneration von Küche 3000 Mennen im ostfriesischen Westerholt und erfuhr beispielsweise, dass man Küchen auf der Insel Juist noch heute mit einem Vierspanner ausliefert.

Das Küchenhaus der Familie Mennen ist seit 2014 in Westerholt am Netz. Zuvor war Firmengründer Johann Mennen (61) seit Beginn 1990er Jahre in der nahegelegenen Stadt Norden mit einem kleinen Studio aktiv. Von Norden aus gehen auch die Fähren auf die ostfriesischen Inseln Juist und Norderney. Das Unternehmen versteht sich als Spezialist für die Inseln Juist, Baltrum und Norderney, wobei das Geschäft mit Empfehlungskunden nun auch auf die Inseln Langeoog und Spiekeroog überschwappt. Kein Wunder, dass Mennen – trotz des Umzugs ins 15 Kilometer entfernte Westerholt – noch heute als Küchenspezialist auf den Inseln aktiv ist. „Fährt mein Vater auf die Inseln zum Aufmaß, bringt er zumeist noch zwei bis drei weitere Aufträge mit“, freut sich Lars Mennen (35), der zusammen mit seinem Vater die Geschäftsführung des Familienunternehmens innehat. Doch die Eltern ziehen sich Zug um Zug aus dem Geschäftsleben zurück, wollen nach Jahren harter Arbeit nun ihren Ruhestand genießen.

Mit dem Einstieg der Junioren war für die Familie Mennen schnell klar, dass es Sinn machte, im größeren Stil zu investieren. Als der Bürgermeister von Westerholt der Familie dann auch noch das Grundstück mit Filetcharakter an der Einfallstraße nach Westerholt anbot, zog die Familie einen Unternehmensberater von Der Kreis zu Rate und ließ eine Standortanalyse erstellen.

Ergebnis: Mit dem neuen Standort kann das Unternehmen sein Einzugsgebiet deutlich vergrößern und quasi auf ganz Ostfriesland ausdehnen. Es war der Familie jedoch von vornerein klar, dass sie ein großes, repräsentatives Küchenhaus bauen möchte. „Größe strahlt auch immer Kompetenz und Klasse aus“, so Lars Mennen im Gespräch. Die Verkaufsfläche liegt heute bei 800 m². Gezeigt werden insgesamt 30 Küchen, um eine luftig, lockere Atmosphäre und die nötige Übersicht zu schaffen. Zum Vergleich: Viele Küchenhändler planen auf einer solchen Fläche bis zu 50 Küchen ein.

Die Eingangsfront garantiert einen hohen „Sichtbarkeitsindex“

„Auf Radiowerbung verzichten wir zugunsten der Kinowerbung und der Prospektwerbung bewusst.“

Julia Mennen



Blick in die großzügige Ausstellung



Leicht Küchen dominieren den Eingangsbereich

Bewusst sei die Entscheidung für das Konzept Küche 3000 gefallen, das auch eine enge Verknüpfung mit der Region als „Küche 3000 Westerholt“ vorsieht. Angefangen von der Standortanalyse bis zur Unternehmensberatung, Ladenbaukonzeption bis hin zur Auswahl der Lieferanten war die Verbundgruppe über den Regionalleiter Dietmar Witt und den Küche-3000-Verantwortlichen, Jürgen Regnier, mit im Boot. Für Lars Mennen sind nach der Eröffnung heute vor allem Erfa-Tagungen sehr wichtig. „Ich tausche mich regelmäßig auch telefonisch mit meinen Kollegen aus, achte darauf, dass ich immer auf der Höhe der Zeit bin.“

Doch Lars Mennen war mit einer – wie wir finden – wichtigen Grundeinstellung an das Projekt herangegangen. Sein Credo lautet: „Dieses Küchenstudio ist meine Identität.“ Die Lieferantenstruktur ist ebenso übersichtlich wie das Küchenstudio selbst. Im Küchenmöbelbereich arbeitet das Unternehmen mit Leicht Küchen, Ballerina, Nobilia und seit neuestem mit dem Newcomer im Bereich der aufgebauten Ware, Artego Küchen, zusammen. Auf der Geräteseite ist Bosch der Hauptlieferant, dazu kommen Gaggenau und Berbel für den gehobenen Bereich und Gorenje für die Einstiegsküche. In Zukunft will sich Lars Mennen stärker mit dem Geräteangebot von Nobilia auseinandersetzen. Zubehörprodukte kommen allesamt von Naber und bei Spülen konzentriert sich das Unternehmen konsequent auf Blanco.

Schaut man auf den Durchschnittspreis pro verkaufter Küche, der bei 9.000 Euro liegt, und auf die Lieferantenstruktur, dann wird schnell klar, dass Mennen eine höchst heterogene Kundschaft hat. Zum einen sind da die Eigenheimbesitzer, die sich bei Mennen die Küche fürs Leben kaufen, zum anderen aber stattdessen das Unternehmen mit einem Umsatzanteil von 20 Prozent sehr viele Ferienwohnungen mit Küchen aus. Der dritte Kundenkreis kommt aus dem Objektgeschäft, so hat Mennen gerade einen größeren Auftrag zur Komplettausstattung eines Objektes in Aurich in die Scheuer gefahren. Aurich hat einen überdurchschnittlich hohen Mietstand. Hier sind für Lars Mennen vor allem die regionalen Kontakte zu Bauunternehmern und Architekten sehr, sehr wichtig.

Im Studio sind insgesamt neun Mitarbeiter beschäftigt, zwei feste Verkäufer, die Familie Mennen sowie ein Montageteam. Zusätzlich zu dem eignen Montageteam greift Mennen noch auf einen Subunternehmer zurück, mit dem regelmäßig zu Stoßzeiten zusammengearbeitet wird.

Sehr aktiv ist das Küchenstudio mit Fachmarktcharakter vor allem in der Werbung. Gespielt wird das ganze Klavier, von der Prospektwerbung mit einer Auflage von einer halben Million pro Jahr, über die sozialen Medien wie Twitter, Facebook, Instagram und natürlich die eigene Internetseite. Dazu kommen Werbeflächen, die an Baumärkten angemietet werden, Baustellenschilder und



Praktische Lösung für den Hausarbeitsraum



Hier kommt zusammen, was zusammengehört. Materialien, Formen und Farben werden hautnah erlebt



Was die Verkaufszahlen angeht, ist dies die Lieblingsküche von Lars Mennen



Die Kochschule bietet genügend Raum für ein Event mit bis zu 25 Personen



Julia und Lars Mennen führen das Küche 3000 Studio in Westerholt

ein Kinospot, der in Zusammenarbeit mit Küche 3000 entwickelt wurde.

Unverzichtbar ist für Mennen auch das Sponsoring von örtlichen Vereinen, T-Shirt Werbung und natürlich reichlich Werbung in den regionalen Anzeigenblättern. „Auf Radiowerbung verzichten wir zugunsten der Kinowerbung und der Prospektwerbung bewusst“, beschreibt Julia Mennen den Umfang der Aktionen.

Apropos: Mit drei sogenannten Großaktionen wird die Besucherfrequenz im Küchenstudio deutlich erhöht. Am erfolgreichsten ist wohl die 20-Prozent-Rabattaktion die regelmäßig zur Mennen-Hausmesse durchgeführt wird. „Wir verkaufen trotz dieser Rabattwerbung ausschließlich mit Vollausrüstung, das rechnet sich immer“, freut sich Lars Mennen sichtbar auf die nächste Aktion. Zweimal im Jahr gibt es dann ein Dorf- oder Stadtfest in Westerholt mit einem verkaufsoffenen Sonntag und reichlich Kaffee und Kuchen für die Gäste. Im Frühjahr gibt es dann nochmals eine „Early Bird“-Aktion, die Besucherfrequenz und Verkauf anregen soll.

Ergänzt wird das Spektrum mit einer Kochschule, in der 20-mal im Jahr Kochkurse und Kochevents stattfinden. Ein regionaler Koch sorgt auch hier für Beziehungen innerhalb der Region. Eingeladen werden ehemaligen Kunden, Architekten, Bauträger und zukünftige Kunden. „Unsere Stammkundschaft macht immer starke Mundpropaganda für die Kochevents. Sehr beliebt ist auch unser Kinderkochkurs, zu dem natürlich die Mütter mitkommen“, beschreibt Julia Mennen das Angebot des Hauses. ■