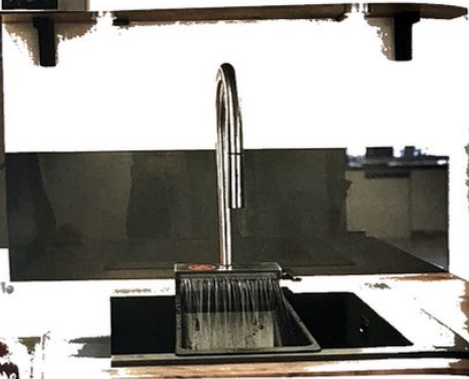




Regelmäßig setzen die Armbrusters in der Ausstellung aktuelle Akzente, wie derzeit mit dem Bora X Bo, der Aquino Select oder smarter Beleuchtung



Magnus und Karin Armbruster: glücklich im Geschäft und miteinander



Die Insel der Ballerina Küche ist auf Rollen gebaut. So lässt sich das Raumgefühl der Kunden schulen, wie viel Platz sie z. B. bei ausgezogenen Schubladen zwischen Zeile und Insel brauchen.

Was ein Glück, dass es heute ins Küchenstudio geht. Wenn ich mir vorstelle, dass ich stattdessen ins Krankenhaus müsste ... Ausgerüstet mit Maske, Impfausweis etc. und von den Medien ständig bombardiert mit neuen Coronarekordzahlen, begleitet einen die Angst vorm Krankenhaus ja zur Zeit überall hin. Und wer behandelt einen dort? Der Chef – zumindest mich – wohl nicht, da ich nur gesetzlich versichert bin. In Küchenstudios herrscht dankenswerterweise gleiches Recht für alle. Alle Kunden werden gleich „behandelt“, ob nun vom Chef oder qualifizierten Küchenberatern. Bei Armbruster Küchen verweist man dennoch gerne stolz darauf, dass die „Behandlung“ garantiert immer Chefsache ist bzw. Cheffinnsache. Denn die Gründer und Inhaber, Karin und Magnus Armbruster, machen von der Beratung und Planung über die Buchhaltung bis zur Montage alles selbst.

„Operation Küche“

bei Armbruster Küchen in Ingolstadt

„Gerade haben wir erneut entschieden, dass wir bewusst so klein bleiben wollen, auch wenn das natürlich unsere Expansionsmöglichkeiten begrenzt. Es gibt nur uns und unseren Azubi“, erzählen die beiden. „Für uns funktioniert das perfekt und wir merken, dass wir auch bei den Kunden gut damit fahren.“ Am Valentinstag vor acht Jahren haben sie ihr Küchengeschäft eröffnet, zwei Wochen nach ihrer Hochzeit. An der Wand hängt ein Foto mit den gut gelaunten Mitgliedern ihrer Patchworkfamilie; jeder von ihnen hat zwei Kinder mitgebracht. Für die Kinder haben sie in den ersten Jahren Zimmer im Untergeschoss des Studios eingerichtet und mittags gekocht. Nun sind die Kinder groß und Armbruster Küchen eine etablierte Adresse in Ingolstadt.

Es ist ein hellgrauer Tag Ende Januar. Vor der Tür des Studios leuchtet der rote Teppich auf den breiten Stufen, eine Miele-Fahne flattert im Wind, zwei Bäumchen flankieren den Eingang. Wie auf einem Podest liegt das freistehende flache Gebäude an der Schillerstraße, rund zehn Autominuten von der Ingolstädter Altstadt entfernt. Zu Begrüßung hat Karin Armbruster ein kleines Schild aufgestellt: „Herzlich willkommen Frau Trepel. Wir freuen uns, dass Sie da sind.“ Eine nette Geste, die deutlich macht, dass man sich hier ganz persönlich auf jeden Besucher einstellt. „Wir

sehen uns auch eher als Berater und weniger als Verkäufer“, erklären die Armbrusters. Es wird nur verkauft, was die Kunden wirklich möchten und brauchen, und das soll gut aussehen und einwandfrei funktionieren. Es soll kein „Aber“ geben, sondern von A bis Z alles stimmen.

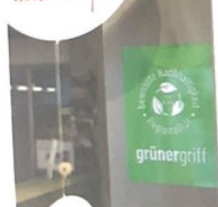
Magnus Armbruster ist Schreinermeister und besuchte als Außendienstler eines Zulieferers jahrelang Küchenschreiner, bis ihm der Gedanke kam: „Küchen planen und verkaufen – das kann ich auch.“ Er schaute sich auf Messen um und lernte auf der LivingKitchen seinerzeit Jochen Roth von Der Kreis (heute Liebherr) kennen, woraus sich dann von der Planung bis zur Auswahl der Küchenhersteller alle weiteren Schritte ergaben. Karin Armbruster ist gelernte Chemielaborantin. Wegen eines Bandscheibenvorfalles konnte sie ihren Beruf nicht mehr ausüben. Als die Studiopläne konkret wurden, absolvierte sie bei Häcker eine Kompaktausbildung zur Küchenplanerin. Häcker Küchen werden im Studio jedoch nicht verkauft. „Das liegt daran“, erklärt Karin Armbruster, „dass wir das Geschäft ursprünglich an einem anderen Ort eröffnen wollten, wo es schon einen Anbieter von Häcker Küchen gab.“ Sie entschieden sich stattdessen für Küchen von Nobilia und Ballerina. Obwohl sie den damals ausgewählten Standort dann doch nicht bezogen, blieben sie dem

Auch bei schlechtem Wetter leuchtet Küchen Armbruster durch die farbliche Gestaltung des Außenbereichs. Gleich daneben sind auch ausreichend Parkmöglichkeiten für die Kunden.



Kücheninsel mit Kamin - diese Planung hat das Studio für einen Kunden realisiert

HERZ DRAUF!



Nachhaltigkeit ist ein Thema, das das Studio so gut es geht lebt und fördert. Die Initiative Grüner Griff unterstützt die Händler dabei, das auch den Kunden zu kommunizieren.

ausgewählten Küchenprogramm treu. Es wird auf 250 Quadratmetern präsentiert mit einer überschaubaren Auswahl von sieben Küchen. „Im Trend liegen gedeckte Grautöne, eher matt, Beton- und Holzdekor“, informieren Chefin und Chef. „Magnolie dagegen ist kaum noch gefragt.“ Als Arbeitsplattenmaterial wird viel Schichtstoff, Keramik und Dekton eingesetzt; Kompaktplatten schätzen die Kunden vor allem für den flächenbündigen Einbau. Für die Abluft sind fast neunzig Prozent der Küchenkommissionen im Jahr mit Muldenlüftern ausgestattet. Ob Bora, Miele oder Berbel – „das läuft sehr gut und ist von uns persönlich erfolgreich erprobt“. Für den Quooker interessieren sich ca. zehn Prozent der Kunden; viel Aufmerksamkeit im Wasserbereich zieht daneben die Aquino Select von Hansgrohe auf sich. Schade finden die Armbrusters, dass sie derzeit keine Kochkurse anbieten können. Dafür kam in der Vor-Corona-Zeit einmal monatlich ein Koch aus Ingolstadt mit originellen Ideen wie einem Whisky-Kochkurs oder kohlehydratfreiem Kochen. Das soll baldmöglichst wieder aufleben. Bis dahin gibt es auch so genug zu tun.

Ein Pluspunkt für die Händler: das handwerkliche Know-how. „Durch die Schreinerei können wir besondere Lösungen realisieren, wie z. B. Regale an die jeweilige Raumsituation anpassen oder einen Kamin in die Küche mit einbauen.“ Zudem haben sie ein großes Netzwerk an Handwerkern, mit dem sie einen Rundum-Service anbieten. So wurde z. B. bei einem Kunden kürzlich das ganze Erdgeschoss saniert. Die Bauablaufplanung dafür machte das Küchenstudio. „Unsere Arbeit macht uns rundum Spaß und noch mehr Spaß macht es natürlich, wenn wir sehen, wie zufrieden die Kunden sind. Eine Kundin brachte letztes als Dankeschön sogar Pralinen; eine andere rief nochmal an.“ Die Zufriedenheit der Kunden ist bekanntlich auch das beste Argument bei persönlichen Empfehlungen im Privatbereich und – immer wichtiger – Bewertungen im Internet. „Unsere Werbung läuft zu 99 Prozent über Google“, so Magnus Armbruster. ProvenExpert spricht die Kunden für sie direkt an und bittet darum, Bewertungen abzugeben. Facebook und Instagram sowie die Betreuung ihrer Website hat das Paar in die Hände der Agentur ieQ-Systems gegeben, die eine Kooperation mit Ballerina hat. Rekrutiert wird der Kundenkreis überwiegend aus Zweit- und Dritteinrichtern in der Lebensmittel, aber auch junge Familien, die ein Haus bauen, kommen zur Küchenplanung. Die Garantie für ihre Küche

gilt „ein Küchenleben lang“. Beim perfekten Zuschnitt der Küchen hilft der AMK ErgonoMeter. Zudem hatten die Armbrusters eine pfiffige Idee, um das Gefühl der Kunden dafür zu schulen, wie viel Raum sie rund um ihre Kücheninseln und -zeilen brauchen oder haben möchten. Sie haben eine Insel auf Rollen gebaut, die man entsprechend hin- und herschieben kann.

Schreinerqualität

Herz drauf!

Schon angekündigt in der Ausstellung: die baldige Ankunft des Bora X Bo Ofens. Und kurz nach unserem Besuch umgesetzt: eine smarte Küche mit dem neuen Bora Pure Kochfeld und einer Beleuchtung, die sich über Alexa steuern lässt. „Die smarten Funktionen werden zwar nur selten nachgefragt“, so die Küchenspezi-

alisten, „aber wir möchten einfach zeigen, was möglich ist.“ Die beiden sind 48 Jahre jung und können noch viel Küchenzukunft gestalten. Und nicht nur diese: Neben Hauswirtschaftsräumen, die sie vermehrt ausstatten, soll das Sortiment noch auf Bad- und Wohnmöbel ausgeweitet werden. Sie warten derzeit auf die Lieferung. Auch dieser Teil des Studioprogramms, soviel steht jetzt schon fest, wird garantiert zur Chefsache! (cht) ■

Insgesamt werden derzeit sieben Küchen präsentiert. Da der Chef auch Schreinermeister ist, sind auch Sonderanfertigungen kein Problem.



STELLEN SIE IHRE PRODUKTE INSRAMPENLICHT MIT INTERAKTIVEN PRÄSENTATIONSMÖGLICHKEITEN



SIGNACOM
VISUELLE KOMMUNIKATION



Eine Marke der Westermann GmbH
Fullservice-Werbeagentur
Telefon 04252 399-0
E-Mail welcome@signacom.de
www.signacom.de

MIT UNSEREN DIGITAL-SIGNAGE-LÖSUNGEN

- Bewerben Sie Ihre Produkte auf innovative Art und Weise, auf Wunsch sogar interaktiv
- Steuern Sie Ihre Werbung nach Verfügbarkeit, Tageszeit oder regionalen Besonderheiten – kurzfristig und standortunabhängig
- Sind und bleiben Sie individuell durch maßgeschneiderte Displays – freistehend oder integriert