



Ein Kräutergarten auf der Kücheninsel: Jörg Overlack, Leiter der Markenkommunikation bei Siematic, führt durch die Hausmesse. Das Foto zeigt die urbane Stilwelt des Familienunternehmens.
FOTO: SUSANNE BARTH

Klassiker neu interpretiert

Küchenmesse: Siematic stellt Möbel mit Eleganz und Funktionalität vor und punktet mit Innenausstattungs-lösungen. „Wir denken die Küche zu Ende“

Von Susanne Barth

■ **Löhne.** Küche ist nicht gleich Küche. Das wird schnell deutlich, wenn der Betrachter durch die Hausmesse des Küchenunternehmens Siematic geht. Auf drei Ebenen zeigt das Familienunternehmen wie individuell einer der wichtigsten Räume in den eigenen vier Wänden sein kann. Dabei öffnet sich die Küche immer mehr: „Sie wird immer wohnlicher“, sagt Jörg Overlack, Leiter der Markenkommunikation.

Seit 1929 sitzt das Unternehmen an der August-Siekmann-Straße direkt an den Schienen, unweit von Hermes und dem Löhner Rathaus. Hier wird produziert, hier steht die Ausstellung, hier arbeiten etwa 350 der weltweit 450 Mitarbeiter. Alles ist made in Löhne. Zur Küchenmesse wird deutlich, dass Siematic aber schnell die regionalen Grenzen durchstoßen hat. Die Kunden kommen aus Spanien, den Niederlanden, Nordamerika oder gar Asien: Sie-

matic ist international. Das zeigt sich auch am Umsatz. Laut Overlack erwirtschaftet das Unternehmen 70 bis 75 Prozent im Ausland.

Das Unternehmen setzt auf Individualität, setzt sich vom Massenmarkt ab. „Zeitlose Eleganz ist die Klammer der Marke“, sagt Overlack. Dabei ist Siematic in drei Stilelemente gegliedert – pure, urban und classic. Auf warme Farbtöne in den Nuancen Weiß, Beige, Grau bis hin zu Schwarz setzen die meisten Kunden. „Sie spielen bei uns eine große Rolle“, sagt Overlack, der diese Töne besonders Menschen ans Herz legt, die nicht auf extrem auffällige und exzentrische Kombinationen stehen. Aber, so Overlack, alles ist machbar. „Wir haben 1.950 Sonderfarben sowohl in matt und glänzend.“

Individualität ist dabei ein hohes Gut. „Jede Küche wird extra für den Kunden gefertigt“, sagt Overlack und zeigt verschiedene Beispiele. Mag dieser lieber offene Berei-

che, trifft sich gern mit Freunden zum Kochen, passt die Serie urban. Dort sind sogar kleine Kräutergärten auf der Kücheninsel integriert. Auf Neuinterpretationen klassischer Elemente wie dem Hochzeitschrank setzt die Stilwelt classic und wem eine optisch pure, elegante Linie anspricht, ist in der Welt von pure richtig.

Für den Stil pure stellt Siematic in der Hausmesse eine neue Designsprache vor. „Optisch ist die Tür grifflos“, sagt Overlack und öffnet diese, indem er mit seiner Hand auf der Oberseite hineingreift. Geräuschlos lässt sie sich wieder schließen. Minimalismus ist hier der rote Faden.

Das besondere Merkmal der neuen Kollektion, die Siematic in Kooperation mit dem Berliner Architekten- und Designerteam Kinzo entwickelt hat, ist der feine, nur zwei Zentimeter breite Rahmen. Dieses Element finden sich in der Arbeitsfläche wieder, in Regalen, Vitrinen. Die feinen Linien inszenieren so Flä-

chen und die Rahmen bilden Räume.

Gruppen lassen sich durch die Ausstellung führen, begleitet von dezenter Klaviermusik. Mit der Hausmesse ist das Traditionsunternehmen sehr zufrieden. „In den ersten Tagen hatten wir deutliche Zuwächse und eine super Resonanz.“

Ein Highlight können die Besucher direkt im Eingangsbereich sehen. Dort steht die Neuinterpretation eines Buffets. „Es ist ein tolles Möbel, hält viel Platz für Vorräte vor und eine Nische für Wasserkaraffen oder für die Kaffeemaschine.“ Das Buffet hat Siematic in die heutige Zeit transportiert, es mit Steckdosen und USB-Ports ausgerüstet.

Limitiert ist die Edition Siematic 29 in der Sonderfarbe Salbeigrün. Das Möbelstück kostet mehr als eine durchschnittliche Küche. Exklusivität wird hier eben großgeschrieben. Entworfen für das 20-jährige Bestehen der deutschen Architectural Digest. Overlack: „Es gibt nur fünf Stück davon.“



Exklusiv: Das Buffet Siematic 29 in der Jubiläumsedition Salbeigrün. Davon gibt es nur fünf Stück.



Eleganz: Die Stilwelt pure besticht durch ihre puristische Gestaltung, hier im Farbton Lotus-White.
FOTOS: SIEMATIC



Landhaus, modern interpretiert: Geschäftsführer Delf Baumann und Marketingleiter Matthias Berens in der neuen Flaggschiff-Küche von Bauformat.
FOTO: DIRK WINDMÖLLER

1.000 Küchen nach Schanghai

Bauformat: Geschäftsführer Delf Baumann rechnet mit 50 Prozent mehr Messebesuchern und mit einem Wachstum von 5 Prozent in diesem Jahr

Von Dirk Windmüller

■ **Löhne.** Sinnliche Erlebnisse – die gibt es viele in der Küche. Das gilt in diesen Tagen besonders in der Ausstellung von Bauformat. Das Flaggschiff der neuen Ausstellung ist eine modern interpretierte Landhaus-Küche. Auf der großzügigen Kücheninsel stehen Schalen mit Gewürzen: Curry, Ingwer, Koriander, Senfkörner. Und wie beim Kochen geht es auch schon beim Küchenesign um Geschmack.

Der präsentiert sich auf qualitativ höchstem Niveau. „Wir haben hier einen massiven Escherahmen mit furnierten Füllungen. 14 verschiedene Farbvarianten können wir anbieten“, sagt Bauformat-Geschäftsführer Delf Baumann zur Landhaus-Küche.

Er macht bei der Führung durch die Ausstellung einen sehr zufriedenen Eindruck. „Wir haben in den letzten zwei Jahren sehr an Attraktivität gewonnen. Das zeigt sich auch an der Zahl der

Besucher. Wir gehen davon aus, dass wir am Ende der Woche einen 50-prozentigen Zuwachs im Vergleich zum Vorjahr haben“, sagt Baumann. Nicht zuletzt die veränderte Außendarstellung als Baumann-Group mit einem verändertem Corporate Design für die Gruppentöchter Bauformat und Burger sei besonders für die ausländischen Kunden ein großer Sprung nach vorne gewesen. Dazu komme ein junges, kreatives Team mit vielen frischen Ideen.

„In Ländern wie den USA und China werden wir mit Bauformat auf einer Ebene mit den Luxusküchenherstellern wahrgenommen.“ Da habe der Markenname eine große Bedeutung. „Auch im englischsprachigen Raum habe der Name einen guten Klang. Bauformat klingt solide und viele stellen eine Assoziation zum Bauhaus her“, sagt Baumann. In den USA befindet sich auch eines der schönsten Bauformat-Küchenstudios. „Das liegt ganz nah am Rodeo-Dri-

ve in Los Angeles.“

Was das Marketing verspricht, muss in der Ausstellung mit Leben gefüllt werden. Und das gelingt offensichtlich. Im Erdgeschoss von Haus Beck sind die Besuchergruppen mit den Beratern ins Gespräch vertieft. Offen und dezent beleuchtet zeigen sich die neuen Bauformat-Küchen. „Hier erleben unsere Kunden die gehobene Mittelklasse“, sagt Baumann. Eine neue grifflose Optik mit abgeschragter Griffleiste wird zum Beispiel vorgestellt.

Großzügig präsentieren sich die neuen Kreationen. „Besonders den Kunden aus den USA und China müssen wir zeigen, wie eine Bauformat-Küche in einem großen Raum wirkt“, so der Geschäftsführer. Dort seien großflächige Küchen sehr gefragt.

Von guten Geschäftsabschlüssen berichtet Baumann: „Wir haben hier auf der Hausmesse mit einem chinesischen Händler einen Deal über die Lieferung von 1.000 Küchen für ein Prestige-

Objekt in Schanghai abgeschlossen. Nach Portland in den USA liefern wir 600 Küchen.“

Dass mit Blick auf diese Aufträge sich auch bei Bauformat der Export besser entwickelt als der Heimatmarkt überrascht nicht. „Wir gehen von einem Umsatzplus von fünf Prozent am Ende des Jahres aus“, sagt Baumann.

Zufrieden ist der Geschäftsführer auch mit der Entwicklung von Burger-Küchen. Die Neuheiten des Unternehmens aus Burg bei Magdeburg werden im Obergeschoss gezeigt. „Hier ist zu sehen, dass man auch gute Küchenplanungen mit schönem Design auch im günstigeren Preissegment erfolgreich platzieren kann“, sagt Baumann. Neu sind diesem Jahr sockelabdeckende Türen.

Welche Farbmöglichkeiten Burger den Kunden bietet, zeigt die Mondrian-Küche, die sich an das Farbspektrum des niederländischen Malers anlehnt. Küchen sind eben sehr sinnlich.



Bauformat: Die klaren Strukturen entfalten ihre Wirkung besonders, wenn sich die Küche großflächig präsentiert.



Burger: Hier fallen die originell angeordneten Schränke ins auf. Der Fronten-Farbton heißt Limette.
FOTOS: BAUFORMAT

Stimmbildungstraining mit dem Musicalchor

■ **Löhne (nw).** Auch Gesangsanfänger, die das Singen im Chor für sich ausprobieren wollen, lädt der Musicalchor am kommenden Sonntag, 24. September, ab 13.30 bis zirka 17 Uhr zu einem Stimmbildungstraining im Saal der Musikschule ein. Außer dem Spaß daran, etwas Neues zu entdecken, müssen Interessierte nichts mitbringen. Auch Notenkenntnisse sind nicht erforderlich.

Der Workshop wird von Petra Salzburger-Brehmer geleitet. Die bewanderte Gesangslehrerin hat Erfahrung im Training von Chören. Sie war zudem über viele Spielzeiten Mitglied und Vorstand im

Opernchor der Bayreuther Festspiele. Neben ihrer klassischen Ausbildung ist sie ebenso im Pop- und Jazzbereich zuhause.

Alle Interessierten können ganz unverbindlich am kommenden Wahlsonntag zum Workshop kommen. Eine Anmeldung ist nicht erforderlich. Die Teilnahme ist kostenlos.

Der Musicalchor probt normalerweise immer mittwochs von 19 bis 20.30 Uhr im Saal unter der Leitung von Dariia Lytvishko. Auch in die Chorprobe mittwochs kann ohne Anmeldung hineingeschnuppert werden. Jung und Alt sind willkommen.

Treffen in Freising: Einmal mit dem eigenen Traktor in Bayern am ersten Bauort des berühmten Traktorenherstellers zu stehen, ist etwas Besonderes. Die Schlüterfreunde-OWL waren in diesem Jahr mit einer großen Delegation dort

■ **Löhne/Freising (nw).** Das bayrische Freising liegt direkt neben der Landeshauptstadt. Und mehr als das: Die Stadt ist die Heimat der berühmten Schlüter-Traktoren.

Bei den dortigen sechsten Schlüter-Tagen waren auch die Schlüterfreunde-OWL mit Sitz in Löhne mit fast allen Mitgliedern und drei Traktoren zu Gast. Vergangenes Wochenende haben zwei Mitglieder die Traktoren per Lkw und Tief-lader persönlich nach Bayern gebracht.

Als „gigantisch“ beschreiben die Ostwestfalen das Fest in Freising. So waren etwa 100 Schlepper auf einer Fläche von

In der Heimat der Schlüter-Traktoren



In Bayern: Die Schlüterfreunde-OWL sind mit fast allen Mitglieder nach Freising gefahren und hatten so gar zwei eigene Traktoren dabei.
FOTO: SCHLÜTERFREUNDE

30 Hektar mit Maishäckseln und anschließender Bodenbearbeitung im Einsatz.

Zudem wurden mehrere hundert Schlüter aller Klassen ausgestellt. Die Gruppe hatte auch die Möglichkeit, die prächtige „Schlüter-Villa“, der ehemalige Sitz der Familie Schlüter, zu besichtigen. Die Villa ist sonst nicht für die Öffentlichkeit zugänglich.

Alles in allem, ein ganz besonderes Erlebnis, resümieren die Schlüter-Fans aus Löhne und Umgebung. Zwischen den vielen Gästen aus dem In- und Ausland als Delegation dabei sein zu können, sei eine tolle Erfahrung gewesen.