

# 125 años de cocinas Poggenpohl



***"La cocina es un producto muy complejo y hecho a medida, que debe ser entregado puntualmente y con una máxima calidad. El reto de Poggenpohl es diferenciarse claramente dentro del mercado maduro de los fabricantes de lujo. Las medidas que esto requiere son parte importante de nuestra estrategia de crecimiento global." Así define el director general de Poggenpohl, Thomas Kredatus, la receta de la firma para seguir cosechando éxito tras 125 años de historia.***

La Küchenmeile A30 ha marcado este año el comienzo de la gran fiesta de aniversario preparada por Poggenpohl, que culminará en abril durante la feria Eurocucina de Milán. 125 años no son para menos, y **Thomas Kredatus** lo sabe bien.

Por eso, este aniversario ha traído consigo un cambio en la imagen corporativa de Poggenpohl. La empresa eligió la Küchenmeile para presentar su nueva imagen. El director de la firma explica que “en reflexión sobre los 125 años de Poggenpohl y el ADN de la marca”, la compañía puso el énfasis de su exposición en “la comunicación con imágenes fuertes y emocionales”. “Hemos llevado a nuestros partners comerciales a un viaje transformador, y el feedback positivo que ha tenido la feria avala nuestra estrategia”, asegura Kredatus.

Poggenpohl, enraizada profundamente en la región de Westfalia del Este, se “alegra mucho de tener invitados de todo el mundo en el área, quienes visitan la zona y nuestra empresa en el marco de la Küchenmeile”. La feria, que es, en su opinión, “un escaparate anual y bolsa de contactos” para su mercado interior, también tiene una “gran importancia para los países vecinos”.

### Presente en 70 países

Y es que, para Poggenpohl, los mercados extranjeros son esenciales. De hecho, la empresa exporta una gran parte de su producción a más de 70 países de todo el planeta. “La internacionalidad es uno de nuestros fuertes”, apunta Kredatus. “Los mercados principales de Poggenpohl son Asia, EE.UU., Reino Unido y naturalmente, Alemania”.

El director general de la empresa explica que “como producto de lujo, Poggenpohl es muy demandado sobre todo en el

mercado asiático, pero EE.UU. y Reino Unido evolucionan también positivamente. Sobre todo en el campo de los proyectos vemos una gran demanda hacia las cocinas de alta gama”. La firma alemana también está presente en el mercado español, aunque, como reconoce Kredatus, el nuestro “no ha sido en los últimos años un mercado de crecimiento para Poggenpohl, aunque tengamos una larga tradición en el país”. Sin embargo, en sus palabras, “la actual evolución muestra claras tendencias al alza”.

“Pasados los tiempos turbulentos desde el 2008, ahora el mercado español está en una fase de recuperación”, valora Kredatus. “Los líderes del mercado son los fabricantes de mueble de cocina españoles, alemanes e italianos”. Asimismo, Kredatus apunta que “la presencia en el mercado de los fabricantes alemanes se desarrolla positivamente a través de estructuras asociativas y de la insolvencia de algunos fabricantes locales y cadenas de distribución”. Así, la compañía ha puesto su foco de ventas en Madrid, Barcelona y Marbella, así como en las islas Ibiza y Mallorca.

### La situación de Alemania y Europa

Dada la tradición histórica de Poggenpohl, preguntamos a Thomas Kredatus por la situación actual del mercado germano y europeo en general. “La industria del mueble de cocina alemana es sólida y, gracias a su estructura, facilita el crecimiento y el empleo”, sentencia. La autoridad para opinar sobre la industria no se la da solamente su historia; también sus resultados actuales demuestran que Poggenpohl es un actor importante del mercado. La empresa factura alrededor de 100 millones de euros al año. “También este año estamos trabajando a plena capacidad.



Thomas Kredatus

**“Pasados los tiempos turbulentos desde el 2008, ahora el mercado español está en una fase de recuperación”**

Aún más, desde principios de verano, nuestra plantilla está haciendo horas extra para cubrir la alta demanda”.

En referencia a la industria del mueble de cocina europea, Kredatus declara que “el mayor potencial está en los mercados franceses, en el Benelux y en la región DACH (Alemania, Austria y Suiza)”. En su opinión, “globalmente, el número de empresas enfocadas al comercio internacional es todavía razonable”. Además, “la mayoría se concentra consecuentemente en escogidos mercados europeos”. En cuanto al segmento de lujo, los fabricantes más importantes siguen siendo los alemanes e italianos, “complementados por empresas locales que sobre todo actúan en sus propios mercados”, afirma Kredatus.

Y uno de estos fabricantes esenciales es Poggenpohl. Solo queda esperar con interés al abril del 2018. “Poggenpohl presentará, además de su nueva imagen de marca, un concepto de cocina pionero, que abrirá nuevas y muy interesantes posibilidades”. ■