

# Klare Kante für den Küchenhandel

Neuer Kurs, konsequente Ansagen, große Ambitionen: Geschäftsführer Leif Kania treibt mit seinem Team die Entwicklung des KSV mit frischen Impulsen voran.

Zwischen Digitalisierung, Wohntrends und wachsendem Wettbewerbsdruck positioniert er den Verband als modernen Partner für den Küchenhandel. Im Interview mit Sebastian Lehmann spricht Kania über Chancen im Markt, den neuen Auftritt des KSV und warum „Lösungen ohne Schnickschnack“ heute gefragt sind denn je.

**Herr Kania, Sie sind seit 2024 Geschäftsführer des KSV. Was reizt Sie an dieser Aufgabe besonders?**

**Leif Kania:** Mich reizt beim KSV die besondere Mischung: ein starker, verlässlicher Verband, der viel Potenzial für eine moderne Weiterentwicklung bietet. Gleichzeitig passt die Aufgabe ideal zu meinem beruflichen Hintergrund. Ich komme aus dem Handwerk, bin gelernter Schreiner, habe eine kaufmännische Ausbildung, viele Jahre Handelserfahrung im Küchenbereich gesammelt und war rund 13 Jahre als spezialisierter Berater mit eigener Consulting-GmbH für Küchenhändler, Küchenhäuser und Küchenstudios tätig. In dieser Zeit habe ich einen sehr praxisnahen Küchenvertriebsprozess entwickelt, beschrieben und in Form von Lern- und Ausbildungskonzepten aufgebaut. Es ging dabei immer um eine zentrale

Frage: Wie wird ein Küchenhändler im Verkauf wirklich exzellent? Also nicht theoretisch, sondern ganz konkret im Alltag – von der Kundenansprache über die Bedarfsanalyse bis zum erfolgreichen Abschluss.

Diese Erfahrung bringe ich heute in den KSV ein. Davon profitieren unsere Mitglieder unmittelbar, weil wir Vertrieb nicht nur abstrakt diskutieren, sondern aus jahrelanger Praxis heraus sehr konkret unterstützen können.

**„Der Küchenhandel bleibt ein Markt voller Chancen.“**

Diese Kombination aus Praxis, betriebswirtschaftlichem Verständnis und strategischer Beratung kann ich heute perfekt einbringen. Und der Küchenhandel bleibt für mich ein Markt voller Chancen – das macht die Rolle besonders spannend.

**Der KSV ist im Markt seit einigen Jahren etabliert. Wie würden Sie den Verband und seine Rolle im Küchenhandel heute beschreiben?**

**Kania:** Der KSV ist im Grunde der jüngste Küchenverband Deutschlands. Unser operativer Mitglieder Aufbau startete erst 2010 – und trotzdem konnten wir in dieser kurzen Zeit beachtliches organisches Wachstum erzielen, vor allem durch Weiterempfehlungen und Mund-zu-Mund-Propaganda. Genau deshalb sind wir in der Regel weniger

bekannt als die alteingesessenen Verbände.

Unsere Rolle im Markt ist klar: Wir bieten spezialisierte, praxisnahe Lösungen für den reinen Küchenhandel – ohne Schnickschnack, dafür mit echter Kompetenz und Konzepten, die Händler nachweislich erfolgreicher machen. Dazu kommt maximale unternehmerische Freiheit. Jeder Händler bringt individuelle Stärken und Herausforderungen mit, und wir liefern die passenden Werkzeuge, Angebote und Unterstützungen. In Zukunft werden wir bewusst stärker in unsere Sichtbarkeit investieren. Wenn man als Verband so leistungsfähig ist wie wir, dann ist es nur konsequent, diese Leistungsfähigkeit auch sichtbarer zu machen – für Händler, für Partner und für den Markt insgesamt.

**„Unser neuer Marktauftritt zeigt klar, wofür der KSV steht.“**

**Was bedeutet diese strategische Neuausrichtung konkret für den Marktauftritt des KSV?**

**Kania:** Wir treten heute moderner, klarer und selbstbewusster auf. Ein zentraler Baustein ist unsere neue Homepage, die als Basis unseres gesamten Markenauftritts dient und den KSV künftig zeitgemäß, strukturiert und benutzerfreundlich präsentiert. Der Launch ist für den Sommer 2026 geplant und markiert einen wichtigen Schritt in unserer Außendarstellung.

**„Wir sind ein schneller, persönlicher Verband für individuelle Küchenhändler.“**

Leif Kania, Geschäftsführer KSV

Parallel dazu bauen wir unsere Präsenz in den sozialen Medien deutlich aus, um regelmäßiger, schneller und direkter mit der Branche zu kommunizieren. Ergänzt wird dies durch ein überarbeitetes Corporate Design, klare Botschaften und eine höhere Präsenz auf Veranstaltungen und in digitalen Kanälen. Insgesamt entsteht so ein Marktauftritt, der transparenter, zugänglicher und sichtbarer macht, wofür der KSV steht und welchen Mehrwert wir bieten.

**Welche zentralen Veränderungen haben Sie darüber hinaus angestoßen?**

**Kania:** Wir haben in mehreren Bereichen wichtige Weichen gestellt. Dazu gehört der gezielte Personalaufbau – unter anderem im Key Account Management und in der Assistenz – um unsere Mitglieder noch individueller und professioneller begleiten zu können. Parallel dazu haben wir eine neue digitale Strategie entwickelt und erste konkrete Produkte gestartet. Ein besonders wichtiger Baustein ist die Weiterentwicklung unserer Online-Akademie für Sales und Küchenverkauf. Dahinter steht nicht einfach nur eine digitale Lernplattform, sondern ein über viele Jahre entwickelter, praxisprobter Küchenvertriebsprozess. Ich habe diesen Prozess bereits in meiner früheren Tätigkeit als spezialisierter Berater für Küchenhändler aufgebaut und kontinuierlich weiterentwickelt. Er beschreibt sehr konkret, wie erfolgreicher Küchenverkauf funktioniert. Gerade in einem anspruchsvolleren Marktumfeld wird das immer wichtiger. Kunden sind weiterhin da – aber entscheidend ist, wie professionell Händler diese Kunden beraten, führen und zum Abschluss bringen.

**„Wir schaffen eine stabile Basis für erfolgreiche Mitglieder.“**

Darüber hinaus haben wir unser Portfolio an Produkten und Dienstleistungen in allen Bereichen deutlich erweitert und verbessert. Besonders bei Homepages, Online-Marketing-Leistungen und digitalen Services bieten wir heute wesentlich stärkere, professionellere und besser integrierte Lösungen. Ergänzend dazu wurden interne Prozesse modernisiert, die Zusammenarbeit mit der Industrie strategischer ausgerichtet und mit dem KSV Wohnkonzept ein wichtiges Zukunftsprojekt etabliert. So schaffen wir eine moderne, stabile Basis für nachhaltig erfolgreiche Mitglieder.

**Sie haben das KSV Wohnkonzept angesprochen. Was steckt genau dahinter und**

**welchen Mehrwert bietet es den angeschlossenen Händlern?**

**Kania:** Das KSV Wohnkonzept erweitert den klassischen Küchenverkauf um attraktive Wohn- und Einrichtungs-elemente. Viele Händler bedienen dieses Feld bereits, aber oft ohne Struktur oder ein ganzheitliches Konzept. Wir bringen klare Sortimente, Tools, Prozesse und Marketingunterstützung hinein. Der Mehrwert: höhere Wertschöpfung pro Kunde, stärkere Differenzierung im Wettbewerb, ein inspirierendes, emotionales Kundenerlebnis und die Positionierung als ganzheitlicher Einrichtungsberater.

**Ein weiterer Schwerpunkt ist die Weiterentwicklung digitaler Dienstleistungen. Welche Rolle spielen Digitalisierung und KI im KSV?**

**Kania:** Eine sehr große. Digitale Tools und KI verändern Beratungsprozesse, Planung, Kommunikation und Administration. Unsere Aufgabe ist es, hier Orientierung und praxisnahe Lösungen zu bieten. Wir entwickeln digitale Planungshilfen, Automatisierungen, KI-gestützte Marketingservices und datenbasierte Entscheidungsgrundlagen. Ziel ist immer: Entlastung im Alltag und mehr Fokus auf das Wesentliche – den Kunden.

**Wie positioniert sich der KSV heute gegenüber seinen Industrie- und Lieferantenpartnern?**

**Kania:** Wir arbeiten partnerschaftlich, transparent und langfristig – und diese Haltung hat bereits mein Vorgänger, Willibert Fröschchen, sehr stark geprägt. Darauf bauen wir bewusst auf. Für uns ist es wichtig, auf Augenhöhe zusammenzuarbeiten, verlässliche Strukturen zu schaffen und gemeinsam Mehrwert zu erzeugen.

**„Der KSV steht für klare Strukturen.“**

Ich selbst bin seit vielen Jahren gut in der Küchenbranche vernetzt und pflege diese Verbindungen sehr intensiv. Das ist mir persönlich wichtig, denn stabile, vertrauensvolle Beziehungen sind die Grundlage für eine erfolgreiche Zusammenarbeit. Gemeinsam mit unseren Partnern möchten wir Sortimente, Services und Innovationen so gestalten, dass sie unseren Händlern echten Nutzen bringen und die Branche insgesamt stärken.

**Was würden Sie einem Küchenhändler sagen, der über eine Mitgliedschaft im KSV nachdenkt?**

**Kania:** Ich würde sagen: Lernen Sie uns kennen – besonders dann, wenn Sie einen Verband suchen, der Ihr Unternehmen



Leif Kania schätzt am KSV auch das hervorragende Team, das „sich fachlich ergänzt, sich menschlich gut versteht und auf Augenhöhe zusammenarbeitet. Dieses Miteinander ist für mich ein großer Antrieb und macht die Aufgabe zusätzlich besonders“. Fotos: EMV

nicht in ein fertiges Raster presst, sondern Ihre Individualität stärkt. Der KSV steht für klare Strukturen, starke Konditionen und ein Leistungspaket, das speziell auf den reinen Küchenhandel ausgerichtet ist. Darüber hinaus bringen wir eine besondere Kompetenz im Küchenvertrieb mit. Wir wissen sehr genau, worauf es im Verkauf ankommt. Gerade heute reicht es nicht mehr, nur Kundenfrequenz zu erzeugen. Entscheidend ist, wie gut ein Händler aus bestehenden Kundenkontakten echte Abschlüsse macht. Genau dabei unterstützen wir unsere Mitglieder: mit praxisnahen Prozessen, digitalen Lernkonzepten, individueller Begleitung und einem klaren Verständnis für erfolgreichen Küchenverkauf.

**Welche Ziele haben Sie sich für den KSV in den kommenden Jahren gesetzt?**

**Kania:** Wir wollen den Verband strukturell und digital weiter modernisieren, das Wohnkonzept erfolgreich im Markt verankern und unsere Sichtbarkeit deutlich erhöhen. Darüber hinaus möchten wir die Dienstleistungen für Händler konsequent ausbauen und neue Mitglieder und starke Partner gewinnen. Kurz: Wir wollen den KSV nachhaltig für die Zukunft aufstellen.

Herr Kania, vielen Dank für diese Einblicke.

Mehr Informationen finden Sie unter [www.ksverbund.de](http://www.ksverbund.de)

KB