



**MHK**  
GROUP

# Kraft der Gemeinschaft

## 35 Jahre Verbundgruppe

*Seit 35 Jahren ist die von Hans Strothoff gegründete MHK Group eine der erfolgreichsten Gemeinschaften für den mittelständischen Küchen- und Möbelfachhandel. Mit mehr als 2.200 Handelspartnern, die 2014 einen Umsatz von über 4 Mrd. Euro erwirtschafteten, gehört die MHK Group zur Spitzengruppe der Küchen- und Möbel-Einkaufskooperationen in Europa.*

1980 mit dem Ziel gegründet, mittelständische Fachgeschäfte zu stärken und deren Existenz langfristig zu sichern, bietet die MHK Group dem Fachhandel heute neben erstklassigen Einkaufskonditionen auch profilierte Vermarktungskonzepte, die speziell auf die Bedürfnisse mittelständischer Unternehmer zugeschnitten sind. Der bekannteste Verband ist die Dienstleistungsmarke „musterhaus küchen Fachgeschäft“, deren attraktives Marketingkonzept für eine stetige Präsenz der Marke in allen relevanten Zielgruppen sorgt.

Der europäische Gedanke war in der MHK Group von Beginn an lebendig. Um das Unternehmen auf eine möglichst breite Basis zu stellen, begann die MHK Group bereits früh, auf internationalen Märkten aktiv zu werden. Mit MHK Nederland wurde 1992 die erste Auslandsgesellschaft gegründet. Es folgten Gesellschaften in Belgien, Österreich, der Schweiz und Spanien.

Im Markt klar positioniert ist auch das Franchise-System REDDY, das im vergangenen Jahr ebenfalls Jubiläum feiern konnte. REDDY, seit 20 Jahren erfolgreich am Markt, zählt mit der Auszeichnung „Service Champions“ in Gold zu den 150 besten deutschen Unternehmen in Sachen Serviceerlebnis. Zusätzlich punktete REDDY im Jubiläumsjahr mit dem F&C Award in Gold für die beste Partnerzufriedenheit und dem DFV Zertifikat des Deutschen Franchise-Verbands e.V.

Neben dem Küchenfachhandel profitieren im Verband „interdomus Haustechnik“ die Spezialisten der Sanitär- und Heizungsbranche von der Bündelung im Einkauf und dem breiten Leistungsspektrum der MHK Group.

Damit sich die Partner in allen geschäftlichen Fragen stets richtig entscheiden können, steht ihnen ein in der Branche einzigartiges Dienstleistungs- und Serviceangebot zur Verfügung: von der betriebswirtschaftlichen Unterstützung über Unternehmensführung, Finanzdienstleistungen, Küchenplanungssoftware und Marketingkonzepte bis hin zur Gestaltung eines professionellen Internetauftritts. Da alle Leistungen von eigenen Gesellschaften erbracht, kontinuierlich ausgebaut und optimiert werden, ist gleichzeitig eine hohe Professionalität und Flexibilität sichergestellt und sorgt außerdem dafür, dass die MHK-Mitgliedsunternehmen überdurchschnittlich und nachhaltig erfolgreich agieren können.

Auch in Zukunft wird die MHK Group als innovativer Partner für Industrie und Handel alle Kraft einsetzen, um ihre Marktposition kontinuierlich auszubauen und das ausgeprägte „Wir-Gefühl“ der Gemeinschaft zu stärken.

Dr. Daniel C. Schmid, >  
Vorstandsmitglied der MHK Group,  
verantwortlich für Marketing und  
Unternehmenskommunikation



**IM INTERVIEW:  
DR. DANIEL C. SCHMID**

**FORSYSTEMS:** *Welches sind aus Ihrer Sicht die drei wichtigsten Erfolgsfaktoren, um eine Verbundgruppe heute erfolgreich in die Zukunft zu führen?*

**Schmid:** Unternehmen treten einer Verbundgruppe bei, weil sie sich Vorteile erhoffen. Deshalb ist es unerlässlich, ständig am Leistungsangebot der Verbundgruppe zu arbeiten. Sowohl im Einkaufsbereich, aber auch zunehmend an den Leistungen rund um Betriebsführung und Marketing.

Wichtig ist auch, dass die Partner Vertrauen zur Zentrale haben. Als Verbundgruppe muss man ein verlässlicher Partner sein. Es bedarf klarer Spielregeln. Diese müssen von beiden Seiten eingehalten werden.

Drittens ist es von großer Bedeutung, dass man mit den Mitgliedern sehr gut kommuniziert. Die Kommunikation von den Mitgliedern zur Zentrale ist genauso wichtig wie umgekehrt. Heute kommt es darauf an, alle Kanäle zu nutzen - von Veranstaltungen wie z.B. der Hauptversammlung über Messen, bis hin zur Onlinekommunikation.

**FORSYSTEMS:** *Was sehen Sie für Verbundgruppen heute als größte Herausforderung der nächsten drei bis fünf Jahre?*

**Schmid:** Die Digitalisierung schreitet voran. Die Geschäftsmodelle und die Geschäftsprozesse verändern sich. Darauf muss sich eine Verbundgruppe einstellen.

Durch das Internet ist alles transparenter. Entscheidungen werden schneller getroffen, Fehler oder Schwächen kommen schneller zu Tage. Händler werden die Leistungen der Zentrale zunehmend kritischer beurteilen. Wichtig ist, dass sich eine Verbundgruppe anpasst und immer

neue Leistungen anbietet, die dem einzelnen Partner vor Ort helfen. Auch künftig ist es die oberste Aufgabe einer Verbundgruppe, in allen Bereichen die Kraft der Gemeinschaft zum Wohle des Einzelnen einzusetzen.

**FORSYSTEMS:** *Warum wurde REDDY als Franchisesystem aufgebaut?*

**Schmid:** Vor 20 Jahren haben wir gesehen, dass es einen großen Wachstumsmarkt im Preiseinstiegssegment für geplante Küchen gibt. Wir haben uns überlegt, wie wir diesen Markt am besten bedienen können. Wir haben deshalb mit REDDY ein Vermarktungskonzept entwickelt, welches speziell auf dieses Marktsegment der Küchen zugeschnitten ist. Uns war klar, dass wir nur Küchen der Eigenmarke REDDY verkaufen werden.

Wir haben entschieden, dass REDDY Konzept als Franchisesystem zu konzipieren. Uns war wichtig, dass die Geschäfte alle einen einheitlichen Marktauftritt haben. Bei Sortiment und Marketing wollten wir den Franchisenehmern gewisse Spielräume lassen, aber in vorgegebenen Strukturen. Um diese Ziele zu erreichen, bedarf es klarer Regeln. Mit Franchise konnten wir diese am besten erfüllen. Wir haben eine sehr enge Partnerschaft zu unseren Franchisepartnern. Wir kombinieren die Stärke der Zentrale mit den Fähigkeiten unserer Partner vor Ort. Der Erfolg gibt uns recht. REDDY wächst deutlich über dem Markt.

Im Portfolio der MHK Group ist REDDY ein wichtiger Baustein, denn das Franchisesystem ist inzwischen auch in Österreich, Belgien, Spanien und den Niederlanden erfolgreich vertreten.

