

# **Geschäftsjahr 2020 der MHK Group**

## **Rekordergebnis in herausfordernden Zeiten**

Dienstag, 20.04.2021

*Auch die MHK Group, Dienstleister für mittelständische Fachhandels- und Handwerksunternehmen rund um das Thema Haus und Wohnen, musste sich mit ihren Partnern aus Handel und Handwerk 2020 neuen Herausforderungen stellen. Darüber hinaus traf die Dreieicher Gruppe der Verlust ihres Firmengründers und Vorstandsvorsitzenden Hans Strothoff. Dennoch hat sich die MHK Group im 40. Jahr ihres Bestehens hervorragend entwickelt.* So wuchs der Umsatz im vergangenen Jahr um 15,3% auf 7,657 Mrd. Euro. Erwirtschaftet wurde das Ergebnis von den europaweit 3.472 Unternehmen (+208), die der Gruppe per 31. Dezember 2020 angehörten.

Maßgebliche Wachstumsimpulse kamen vor allem vom inländischen Markt. Hier wuchs die MHK Group um 18,3% auf 5,132 Mrd. Euro – und damit deutlich über dem Markt. Aber auch die Auslandsgesellschaften in Belgien, Großbritannien, den Niederlanden, Österreich, der Schweiz und Spanien konnten sich mit einem Plus von 9,6% (2,525 Mrd. Euro) deutlich über dem Marktniveau behaupten.

Außerordentlich hoch fallen entsprechend die Ausschüttungen an die Gesellschafter aus: Insgesamt kann die Gruppe 150,7 Mio. Euro an ihre Gesellschafter auszahlen. „Das sind 14,8% mehr als im Vorjahr“, betont der Vorstandsvorsitzende der MHK Group, Werner Heilos. „Es gab bereits zwei Teilauszahlungen – letzten Oktober und im März –, um insbesondere unsere vom Lockdown betroffenen Gesellschafter zu unterstützen und ihre Liquidität zu erhöhen.“

## **Umfassende Unterstützung während Corona- Pandemie**

Von der Corona-Pandemie und den Schließungen im März letzten Jahres sowie zum Jahresende waren überwiegend die MHK-Partner im Küchenhandel betroffen. „Wir freuen uns, dass trotz der schwierigen Situation keiner unserer Handelspartner aufgeben musste“, zeigt sich Werner Heilos zufrieden. Gründe dafür sieht er zum einen im Unternehmergeist. So hätten die MHK-Partner viel Engagement und Mut gezeigt, eigene kreative Lösungen entwickelt und die Zeit auch für Investitionen genutzt. Zum anderen hat die MHK Group ihre Partner von Anfang an schnell und flexibel mit den unterschiedlichsten Maßnahmen unterstützt: angefangen mit der Beantwortung wichtiger rechtlicher Fragen und der Unterstützung bei der Beantragung der Hilfgelder über die kurzfristige Bereitstellung von Tools, die den Onlineverkauf und die Kundenansprache in den sozialen Medien ermöglichen, bis hin zum Engagement der MHK-Vorstände, die sich nach wie vor in den unterschiedlichen Branchengremien für eine schnelle Aufhebung bzw. Lockerung des Lockdowns einsetzen. Ein dritter Aspekt, der den Küchenstudios zugutekam, lässt sich auf das Social Distancing zurückführen. „Die Menschen suchen Sicherheit und haben sich – auch bedingt durch Homeoffice und Homeschooling sowie geschlossene Restaurants – noch stärker in ihre eigenen vier Wände zurückgezogen“, berichtet MHK- Vorstand Kirk Mangels. „Und wer viel Zeit zu Hause verbringt, will es hier natürlich auch schön haben. Mit der fortschreitenden Pandemie konnten wir eine Renaissance des sogenannten Cocoonings beobachten.“

## **Wert der individuell geplanten Küche steigt weiter**

Durch diesen Effekt konnten die Einbrüche, die sich aus dem ersten Lockdown zum Jahresbeginn 2020 ergaben, im Jahresverlauf mehr als kompensiert werden. Positiv wirkte sich zudem der steigende Wert der Küche aus. Die Reddy-Häuser steigerten den Preis einer Küche auf durchschnittlich 8.454 Euro (+4,16%). Die Küchenfachgeschäfte der MHK-Verbände musterhaus küchen, Küchen Liga und Küchen Partner erreichten eine Steigerung des durchschnittlichen Küchenverkaufspreises um 3,23% auf 14.588 Euro.

## **Verhalten optimistische Prognose für das Jahr 2021**

Ein Jahr nach Ausbruch der Pandemie schaut die MHK Group verhalten optimistisch nach vorn. „Im ersten Quartal konnten die angeschlossenen Handels- und Handwerksunternehmen die Umsätze gegenüber dem Vorjahr erneut um mehr als 10% steigern“, berichtet Werner Heilos. Durch den zweiten Lockdown sei der Handel jedoch deutlich stärker betroffen als im letzten Jahr. „Die Maßnahmen waren strikter und der Zeitraum der Schließung deutlich länger.“ Ob nach der Öffnung ein erneuter Effekt eintreten werde wie noch im letzten Jahr, sei schwierig vorherzusagen, nicht zuletzt auch vor dem Hintergrund der Impfkampagne. „Nach einem Jahr mit stark eingeschränkten Reisemöglichkeiten werden die Deutschen – sobald sie die Möglichkeit bekommen – einen Teil ihres Geldes wahrscheinlich wieder in Urlaub investieren“, vermutete der MHK-Chef. Deshalb gehe man für das Jahr 2021 insgesamt von einer Entwicklung auf Vor- Corona-Niveau aus.

Einen ausführlichen Bericht zum Geschäftsjahr 2020 der MHK Group und weitere Hintergründe lesen Sie in der Mai-Ausgabe des küche&bad forum.

## **Rekordergebnis in herausfordernden Zeiten**

### **Links**

- [MHK Group](#)