

MHK Group-Aktion „Küchen für Deutschland“ „Eine starke Maßnahme zur Vertriebsunterstützung“

Donnerstag, 18.06.2020

Einen starken Impuls für ihre Partner im Fachhandel will jetzt die MHK Group mit „Küchen für Deutschland“ – eine gemeinsame Aktion von kueche.de und BILD.de – setzen. Mit einem Plus an Sicherheit soll die Kampagne vom 25. Juni bis 19. September frischen Wind in den Küchenverkauf bringen.

„Nach dem coronabedingten Lockdown sind bei unseren Partnern die Geschäfte auf einem guten Niveau ange–laufen“, resümiert Hans Strothoff, Vorstandsvorsitzender der MHK Group, zuversichtlich. Gründe dafür sieht er zum einen im Nachholbedarf, zum anderen hätten die Bundes–bürger die intensive Zeit zu Hause für Einrichtungspläne genutzt. Abwarten, ob die Bereitschaft einer größeren Investition anhält, will man in Dreieich jedoch nicht. Hinzu kommt die anstehende Sommerzeit, die die Bundesbürger größtenteils zuhause verbringen werden. Das Geld, das dadurch gespart wird, steht nun für andere Investitionen zur Verfügung.

Mit der Aktion „Küchen für Deutschland“ setzt die MHK Group nach eigenen Angaben auf Qualität und Sicherheit. Viele Menschen zögern bei hochpreisigen Investitionen bereits und sparen lieber – trotz Nullzins-Politik der EZB. Mit dem „Garantiert-sorglos-Paket“ und „für die Branchen einzigartigen Features“, die in Zusammen–arbeit mit Cronbank und Garantiedatenbank24 entwickelt wurden, will man dieser Zurückhaltung entgegenwirken.

Das Aktionsprinzip ist einfach: Die Küche wird wie gewohnt geplant. Zur „Küche für Deutschland“ wird die Planung durch eine exklusive und für den Käufer kosten–lose 7-Jahre-Küchengarantie auf alle Küchenmöbel und Elektrogeräte sowie durch eine zinsfreie Zahlpause von einem Jahr. Für den Kunden heißt das im Klartext: Heute kaufen. In einem Jahr bezahlen. Zusätzlich kann er eine individuelle Anschlussfinanzierung sowie eine Ausfallversicherung bei Jobverlust abschließen.

Beworben wird die Aktion „Küchen für Deutschland“ in einer breit angelegten Kampagne. Die vierwöchige Print- und Onlinekampagne, die am 25. Juni startet, beinhaltet unter anderem Anzeigen in den Axel-Springer-Titeln BILD, darunter drei Mal auf der Titelseite, und BILD am Sonntag, in Titeln der Funke Mediengruppe wie myself, Donna, BILD der Frau sowie eine eigene Landingpage zur Aktion auf BILD.de. Allein die BILD-Aktivitäten erzielen nach Angaben der MHK Group eine Reich–weite von 40%. Mit dem Medienpaket der MHK Group, das die BILD-Kampagne um weitere acht Wochen mit Print- und zahlreichen Onlinemaßnahmen verlängert, erreiche die Aktion „Küchen für Deutschland“ alles in allem sogar zwei Drittel der Bundesbürger. Zusätzlich wurden für die regionale Werbung Funkspots produziert, die die MHK-Handelspartner ganz individuell einsetzen können.

„Mit der gemeinsamen Aktion von kueche.de und BILD.de steht allen unseren Handelspartnern – unabhängig davon, welchem Vertriebskonzept sie angehören – eine starke Maßnahme zur Vertriebsunterstützung zur Verfügung“, unterstreicht Strothoff.

„Eine starke Maßnahme zur Vertriebsunterstützung“

Links

- [MHK Group](#)