

MHK Group

Erreicht 5 Milliarden Umsatzmarke

Freitag, 31.03.2017

Die angeschlossenen Unternehmen der MHK Group konnten im Geschäftsjahr 2016 einen Umsatz von 5,05 Mrd. Euro erwirtschaften, was einem Plus von 12,1% gegenüber dem Vorjahr entspricht. Während das Plus im Ausland 14% betrug, konnte der Umsatz im Inland um über 11% zulegen. Dies gab die Gruppe am heutigen Freitag, den 31. März, in Berlin auf der MHK-Hauptversammlung 2017 bekannt.

Haupttreiber für das inländische Wachstum war einmal die positive Entwicklung des Küchenbereichs. Den Küchenspezialisten sei es nicht zuletzt durch die Investitionen in das Marketing, in die Beratungsqualität der Mitarbeiter sowie in die Warenpräsentation gelungen, immer wertigere und besser ausgestattete Küchen zu verkaufen. Dies schlägt sich auch im Preis für eine individuell geplante Küche in den „Musterhaus Küchen“ Fachgeschäften nieder, der bei durchschnittlich rund 13.000 Euro liegt und damit 4,7% höher als im Jahr 2015.

Ein weiterer Grund für das Gesamtwachstum am heimischen Markt resultiere auch aus dem Zuwachs durch neue Partner. So stieg die Zahl der inländischen Gesellschaften von 1.596 auf 1.802.

Auslandsmärkte im Aufwind

Im Ausland sei das Wachstum auf den „gestiegenen Nachholbedarf nach Küchen sowie auf den Zuwachs leistungsstarker Partner zurückzuführen“. Großen Anteil an den 14% Umsatzplus haben, nach der Konjunkturerholung, wieder die Niederlande und Spanien. Zudem sei die MHK Group neben diesen Ländern auch die „Nummer 1 unter den Kücheneinkaufskooperationen“ in Belgien und Österreich.

„Reddy“ wichtige Säule

Auch das Franchisesystem „Reddy Küchen“ sei seit Jahren „eine wichtige Säule des Wachstums“ und legt kontinuierlich zu. Zudem ist das Franchisesystem bereits zum dritten Mal in Folge als „Service Champion Gold“ unter den 150 besten deutschen Unternehmen ausgezeichnet worden. Außerdem erhielt das Unternehmen den „Deutschen Fairnesspreis“.

Neues Internetportal für Kücheninteressenten

Mit dem neuen Internetportal Kueche.de, das am morgigen Samstag, den 1. April startet, möchte die MHK den „Unternehmen im Küchenhandel auch künftig beste Perspektiven“ bieten. Mit dem Portal und einem angeschlossenen Servicecenter sollen Kücheninteressierte im Internet angesprochen und zum Kauf an den stationären Fachhandel weitergeführt werden. „Ich bin überzeugt, dass es uns durch diese Maßnahme gelingt, den Kücheninteressierten aufzuzeigen, dass der Küchenkauf im Fachhandel die bessere Alternative ist“, so Hans Strothoff, Vorstandsvorsitzender der MHK Group AG. Er rechnet bei den teilnehmenden Partnern mit einem zusätzlichen Umsatzpotential von 10%.

Dienstleistungen und starke Marken – auch in Zukunft erfolgreich

Den Erfolg der angeschlossenen Unternehmen führt die MHK Group auf „das umfassende Dienstleistungsspektrum zurück, das den Partnern angeboten wird“. So würden die mittelständischen Unternehmen von „maßgeschneiderten“ Dienstleistungen profitieren. Ein anderer Erfolgsfaktor seien die Eigenmarkenkonzepte der Gruppe, die inzwischen knapp 50% des Umsatzes ausmachen und alle Segmente vom Einstieg bis zum „oberen Mittelfeld“ abdecke.

Auch für die Zukunft der MHK Group und seinen Unternehmen sieht Strothoff positive Vorzeichen: „Die anhaltende Konjunktur im privaten Wohnungsbau, die niedrigen Zinsen sowie die steigende Beliebtheit der Küche werden uns zusätzliche Impulse geben. Einem weiteren Wachstum der MHK Group steht nichts im Wege.“

[zum Seitenanfang](#)