

MHG Heiztechnik und Intercal

Aktive Zwei-Marken-Strategie

Im Oktober 2005 übernahm das Management der MAN Heiztechnik GmbH die Gesellschaftsanteile von der MAN B&W Diesel AG. Gleichzeitig erfolgte die Umfirmierung in MHG Heiztechnik GmbH. Wie ist nun das erste Jahr des inha-bergeführten Unternehmens ver-laufen und wie geht es weiter?

Ein Jahr nach dem Management-Buy-out und der Umfirmierung bewertet die MHG Gruppe die Geschäftsentwick- lung als erfolgreich. Die Lösung von der MAN Gruppe habe sich reibungslos vollzogen, er- läuterte Markus Niedermayer, der geschäfts- führende Gesellschafter der MHG, anlässlich eines Pressegesprächs. Bis Oktober 2005 seien die beiden Unternehmen „Anhängsel eines komplexen Konzerngebildes mit di- versen Kernkompetenzen gewesen, zu de- nen die Heiztechnik-Sparte nicht gezählt wurde.“ Die Zusammenarbeit mit dem neuen Gesellschafter, mit der Haspa BGM, verlaufe reibungslos und partnerschaftlich, meinte der Geschäftsführer.



MHG-GF Markus Niedermayer:
„Die Zusammenarbeit mit dem neuen Gesellschafter ist reibungslos und partnerschaftlich“

Nach wie vor Premium-Anbieter

Die kumulierte Umsatzsteigerung der MHG Gruppe lag Ende September bei 6 %. Vom Gesamtumsatz der Gruppe entfielen im Jahr 2005 ca. 40 Mio. Euro auf die MHG Heiz- technik GmbH und ca. 10 Mio. Euro auf die Intercal Wärmetechnik GmbH. Die MHG Gruppe, die 186 Mitarbeiter beschäftigt, will beim Umsatz in den nächsten Jahren im In- und Ausland weiter zulegen. Basis hierfür sei die konsequente Verfolgung der Zwei-Mar- ken-Strategie, die eine bedarfsgerechte Ab- deckung der unterschiedlichen Marktanfor- derungen und -segmente ermögliche, so Markus Niedermayer. Der Vertrieb im Inland erfolgt wie bisher in erster Linie zweistufig über das Heizungsfachhandwerk bzw. über spezielle Partner-Heizungsbau-Fachbetriebe. In einzelnen Regionen kooperiert das Unter- nehmen mit ausgewählten Großhändlern. Die MHG Heiztechnik GmbH positioniert sich nach wie vor als Premium-Anbieter mit technisch anspruchsvollen Produkten, die mehrheitlich über Alleinstellungsmerkmale verfügen. Das Programm umfasst Brenner und Heizkessel für Öl und Gas, Warmwas- serspeicher, Kunststoff-Abgassysteme, ther- mische Solaranlagen und Holzpelletkessel. Zur ISH 2007 ist geplant, das Sortiment um ein Wärmepumpen-Premium-Angebot zu erweitern.

Umfangreiche Produktstrategie

Die Intercal Wärmetechnik GmbH ist eine Tochtergesellschaft der MHG Heiztechnik GmbH und besteht seit 1971. Seit 1989 ge- hörte es zur MAN Gruppe. „Seit dem Gesell- schafterwechsel herrscht bei uns Aufbruch- stimmung, die z. B. durch den Umzug im Juni in das neue Firmengebäude ihren Ausdruck findet. An unserem neuen Standort im Ge- werbegebiet von Lage haben wir unsere bis- herigen drei Standorte unter einem Dach zu- sammengefasst“, erläuterte Elmar Schulz, Geschäftsführer der Intercal Wärmetechnik GmbH. Das Heiztechnikunternehmen kon- zentrierte sich auf Qualitätsprodukte mit einem einfachen Handling und attraktivem Preis-Leistungsverhältnis. Den Schwerpunkt des aktuellen Lieferprogramms bilden Bren- ner von 10 bis 900 kW sowie Heizkessel von 7 bis 150 kW. Im Inland setzt Intercal auf den zwei- und den dreistufigen Vertriebsweg,



Intercal-GF Elmar Schulz:
„Seit dem Gesellschafterwechsel herrscht bei uns Aufbruchstimmung“

wobei Ersatzteile nur über den Großhandel vertrieben werden.

Die nächsten Jahre stehen für Intercal im Zei- chen des Wachstums. „Im Inland werden wir bis Ende 2008 durch die Zusammenarbeit mit qualifizierten Handelsvertretern eine flächen- deckende aktive Marktbearbeitung sicher- stellen“, so Elmar Schulz. Zudem sollen wei- tere Auslandsmärkte erschlossen werden. Auch auf der Produktseite geht Intercal in die Offensive. Geplant sind für 2007 z. B. die Ent- wicklung eines Gas-Brennwertwandkessels bis 30 kW und die Einführung eines preis- günstigen Holzvergaserkessels. Runderneu- ert werden soll das Brennerangebot. Als besonderes Highlight kündigte Elmar Schulz die Weiterentwicklung eines Rapsöl- „Multiöl“-Brenners gemeinsam mit einem Entwicklungspartner an. Die Markteinfüh- rung ist für Ende 2006 vorgesehen.

Die neuen Angebote werden die At- traktivität der MHG für Heizungs- bau-Fachbetriebe weiter erhöhen. Damit stellen wir die Weichen für weiteres Wachstum“, so der Ausblick von Markus Niedermayer. Durch Investitionen in den Ver- trieb und in die technische Ausstattung habe die MHG ihre Schlagkraft seit dem Gesell- schafterwechsel wesentlich erhöht und damit die Voraussetzungen für eine aktive Markt- bearbeitung nochmals verbessert. □