

Symposium Berlin '98:

SHK Ettlingen im Küchensog

Unter dem Motto „Küchendienstleister als Impulsgeber“ trafen sich vom 30. April bis 3. Mai über 2000 Einrichtungsspezialisten, Planer, Fachhändler und Handwerker von Einkaufs- und Dienstleistungsverbänden verschiedener Branchen zur Gesellschafterversammlung an der Spree. Darunter auch die SHK Ettlingen.



Alle unter einem (Küchen)Dach: (v. l.) Elfi Fuchs (SHK), Peter Lambertz (MBV), Dieter Mahr (VKG), Erwin Tenten (AWD) und Peter Nitsch von Trentex



Im VKG-eigenen Küchenmagazin, das sich mit einer Auflage von 500 000 Stück an Verbraucher wendet, preisen sich Küchenpartner unter dem Motto „Küche & Bad aus einer Hand“ als Profis fürs Bad an

Erstmals in der Geschichte des europäischen Fachhandels formierten sich vom 30. April bis 3. Mai 1998 in Berlin zehn Einkaufs- und Marketinggemeinschaften mittelständischer Küchen-, Einrichtungs- und Haustechnik-Spezialisten aus sechs europäischen Ländern und fünf verschiedenen Branchen zu einem Strategieverbund. Zu diesem Zweck trafen sich die Gesellschafter dieser Kooperationen in Berlin zum „Symposium Berlin '98“. Ziel des Strategieverbundes, ist die Sicherung der Wirtschaftlichkeit und Wettbewerbsfähigkeit mittelständischer Strukturen, insbesondere serviceorientierter Spezialbetriebe des Facheinzelhandels und Fachhandwerks.

Mit im Boot waren neben der Pforzheimer Mittelstandskooperation Vereinigter Küchenfachhandel (VKG) mit ihren europäischen Gesellschaften in Österreich, den Niederlanden, Frankreich, Spanien und der Schweiz, die nun bereits seit 10 Jahren existierende SHK Einkaufs- und Vertriebsgesellschaft in Ettlingen für das Sanitär- und Heizungsfachhandwerk (SBZ 20/96). Hinzu kamen die AWD Ambiente & Wohndesign für Inneneinrichter im exklusiven Möbelsegment, MBV Lichthauspartner für den mittelständischen Leuchten-Facheinzelhandel sowie Lichtplaner und Trentex für Facheinzelhändler des Heimtextilsektors.

Küche als Keimzelle

Ganz zufällig war diese Kombination allerdings nicht. Entstanden doch alle Gesellschaften aus dem vor 20 Jahren als erste Kooperation der Küchenbranche gegründeten VKG. Während der zentrale Verbundnutzen im zweistufigen Vertriebsweg der Küchenbranche anfänglich in der Strategie „Renditesicherung durch gemeinsamen Einkauf“ lag, bietet die Selbsthilfeorganisation des mittelständischen Fachhandels ihren unmittelbar am Gewinn der Leistungsgemeinschaft beteiligten Gesellschaftern inzwischen auch Rationalisierungschancen, Marktinformationen, Beratungsleistungen und Marketingunterstützungen sowie den Zugang zu neuen Technologien. Eine Besonderheit der Kooperation ist die verbundeigene Aktivbank in Stuttgart. Diese Spezialbank, die auch anderen Handels- und Handwerksorganisationen offensteht, ist eigens auf die Bedürfnisse von mittelstandsorientierten Kooperationen und deren Gesellschaftern ausgerichtet. Sie stellt fachhandelsspezifische Finanzierungs- und Anlageformen bereit, offeriert attraktive Kreditbedingungen, hochverzinsliche Finanzanlagen, bedarfsgerechte Finanzierungskonzepte, leicht handhabbare Finanzierungslösungen für Endkunden und finanztechnische Begleitung von Neugründungsaktivitäten. Außerdem gehören die Zentralregulierung mit Delkredere, bei dem der Verband für die Verbindlichkeiten der Gesellschafter in Vorleistung geht und somit einen Direkteinkauf bei vielen Lieferanten erst ermöglicht, ein Leasingangebot



Die SHK als Hecht im Karpfenteich oder als Karpfen im Teich der Hechte?

	1994	1995	1996	1997
➤ <i>Gesellschafter im Strategieverbund</i>	2045	2265	2701	2977
<i>davon VKG-Partner Deutschland</i>	1220	1280	1623	1675
<i>davon VKG-Partner im Ausland mit Vertretungen in den Niederlanden, Österreich, Frankreich, Spanien und Schweiz</i>	223	250	276	410
<i>davon „Strategische Allianzen“</i>	602	735	802	892
➤ <i>Zahl der Verkaufsstellen</i>	>2500	>2600	>2900	>3200
➤ <i>Außenumsatz (Mio. DM) VKG-Partner Deutschland</i>	2947	3090	4738	4799
<i>Außenumsatz (Mio. DM) VKG-Partner Ausland</i>	455	510	560	652
<i>Außenumsatz (Mio. DM) „Strategische Allianzen“</i>	770	1450	1550	1742
<i>Außenumsatz (Mio. DM) Strategieverbund</i>	4172	5050	6848	7193
➤ <i>Mitarbeiter im Strategieverbund</i>	>12 000	>14 000	>19 000	>21 000
➤ <i>Durch VKG-Partner verkaufte Einbauküchen in Europa</i>	>145 000	>150 000	>175 000	>200 000

Leistungsdaten des Einkaufs- und Dienstleistungsverbundes. Die SHK steuert ihr Scherflein unter „strategische Allianzen“ bei

◆ AKTIVBANK AG, Stuttgart	→	umfassende Bankdienstleistungen für den Mittelstand
◆ AVANCE GmbH	→	Werbung für Verbände und deren Händler
◆ LFB GmbH	→	Finanzdienstleistungen für VKG-angeschlossene Handelspartner
◆ LUBA GmbH	→	Leasinggesellschaft für VKG-Gesellschafter
◆ MVS GmbH	→	Koordination der 5-Jahre-Verbund-Garantie für Einbaugeräte
◆ VKG-Vertriebs GmbH	→	günstige Einbaugeräte für die Händler im VKG
◆ Zahlungsregulierung GmbH	→	Endkunden-Factoring zur Liquiditätssicherung der Händler
◆ Zentralregulierung GmbH	→	Abwicklung des Geldverkehrs zwischen Gesellschafter und Industrie
◆ Marketing und Vertrieb	→	Marketing- und Betreuungs-Service für die Gesellschafter
◆ Veranstaltungen, Seminare, Schulungen	→	Information- und Qualifizierung für Händler im Verbund
◆ Zentraler Einkauf	→	Lieferantenvereinbarungen für die Verbundgesellschafter
◆ Betriebswirtschaft	→	Erfa-Gruppen, Betriebsvergleiche, Unternehmens- u. Standort-Analysen

Dienstleistungen der einzelnen Gruppen

für Musterwaren, EDV und Fahrzeuge sowie ein Konsumentefactoring, bei dem der Verbund den Gesellschaftern die Forderungen an Endkunden umgehend nach Rechnungsstellung zur Verfügung stellt, zu den Finanzdienstleistungen.

Interner Wettbewerb

Im Bereich Einkauf, Betriebswirtschaft und EDV gehören Grundsatzgespräche mit der Industrie, Konditionsvereinbarungen, betriebswirtschaftliche Beratung, Betriebsvergleiche und -analysen in Erfa-Gruppen sowie ein EDV-Konzept für die Planung und Auftragsabwicklung zu den Dienstleistungen der Kooperation. Vertriebllich werden die Gesellschafter durch Wettbewerbsanalysen, Vorschläge zur Sortimentsgestaltung,

Vertriebskonzepte mit Renditeabsicherung, spezifische Betriebstypenkonzepte sowie eine Marketingberatung durch den Außendienst unterstützt. In Sachen Werbung, Verkaufsförderung sowie Presse- und Öffentlichkeitsarbeit hilft die kooperations-eigene Werbeagentur Avance weiter. Außerdem gibt's eine über die Herstellergarantie hinausgehende 5-Jahres-Verbund-Garantie, ein eigenes Gütesiegel, Veranstaltungen, Seminare, Schulungen und handlungsspezifische Trainingsprogramme.

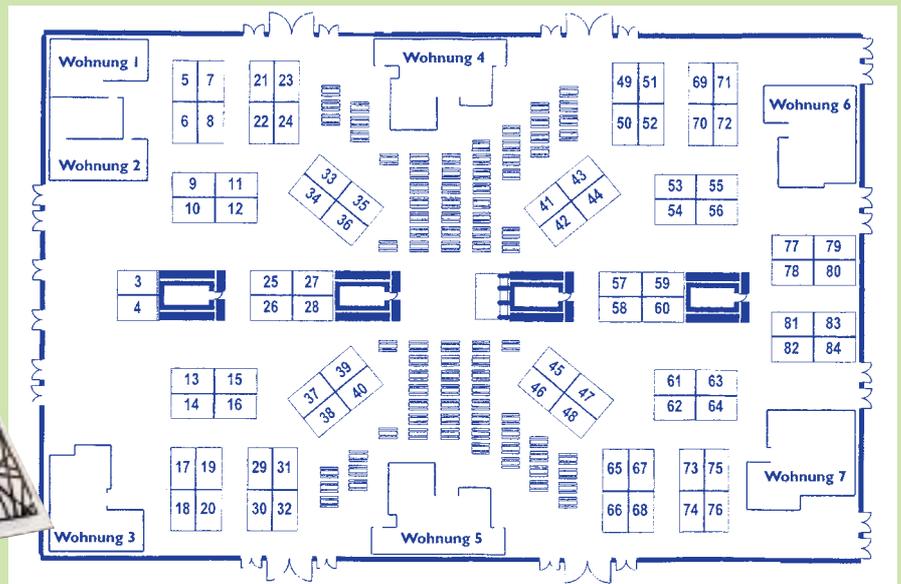
Auf dem Gerüst dieser ursprünglich für den VKG entwickelten Einkaufs-, Marketing- und Dienstleistungspalette, entstanden alle anderen Kooperationen. Hauptziel der sogenannten strategischen Allianzen ist es, die Serviceleistungen insgesamt auf eine breitere Basis zu stellen und den Gesellschaftern Diversifikationsmöglichkeiten zu schaffen. So z. B. mit den Betriebstypen Bad-Atelier und Bad & Idee. Diese Konzeption stellt den Gesellschaftern eine Komplettbad-Lösung zur Verfügung, mit der sie

das komplette Bad aus einer Hand, im Regelfall innerhalb von sieben Tagen, zum Festpreis anbieten können. Wermutstropfen für die SHK ist allerdings, daß der Schlüssel zum umsatzstarken Markt der Badrenovierungen nicht nur den angeschlossenen Sanitär- und Heizungsbetrieben, sondern allen Verbundpartnern offensteht. Nach dem Motto „Wer zuerst kommt, mahlt zuerst“ erhält derjenige Gebietsschutz, der sein Interesse zuerst anmeldet und geeignet ist. Und das kann dann schon mal der Küchenfachbetrieb sein, während das SHK-Unternehmen in die Röhre schaut.

Milliarden-Umsätze

Unter dem Motto „Symposium Berlin '98“ bilanzierten der VKG sowie die strategischen Allianzen das abgelaufene Geschäftsjahr 1997 auf ihren jeweiligen Gesellschafterversammlungen. Zusammen mit Kooperationspartnern realisierten die Gesellschafter des Strategieverbundes, rund 3000 inhabergeführte Unternehmen des Fachhandels und Fachhandwerks, 1997 insgesamt einen Außenumsatz von 7,2 Milliarden DM. Das entspricht einer Steigerung um rund 6 Prozent, während der Umsatz des deutschen Einzelhandels im gleichen Zeitraum real um 1,5 Prozent sank. Den größten Anteil daran hatte nach wie vor die Mutter der anderen Kooperationen. Die 2085 VKG-Partner erzielten im abgelaufenen Geschäftsjahr mit einem Außenumsatz von 5,4 Milliarden DM ein Plus von 2,9 Prozent, während die deutsche Küchenbranche ein Minus von 3,7 Prozent verzeichnete. Wesentlich trugen dazu die Erschließung neuer Geschäftsfelder für den Küchenfachhandel wie das Komplettbad-System sowie andere Spezialleistungen bei.

Die strategischen Allianzen (892 Gesellschafter) erwirtschafteten insgesamt einen Außenumsatz von 1,7 Milliarden DM, was einer Steigerung um rund 6 Prozent entspricht. Nach Auskunft von VKG-Geschäftsführer Dieter Mahr beruht das Gruppenwachstum auch auf dem überdurchschnittlichen Abschneiden der SHK, die als zweitgrößte Kooperation 1997 intern mit einem zweistelligen Ergebnis abschloß. Ihren Außenumsatz (auch die nicht über die SHK getätigten Umsätze der Mitglieder) konnte die Ettlinger Einkaufs- und Vertriebsgesellschaft entgegen der allgemein rückläufigen Branchenentwicklung um 5,9 auf 1,42 Milliarden DM steigern. Hauptsächlich Grund für das positive Umsatzwachstum ist die Aufnahme weiterer Gesellschafter.



Aussteller:

- 3 Küppersbusch
- 4 BOSCH Küchen
- Hans Feierabend GmbH
- 5 Werther Klassik
- 6 Durllet
- 7 Mira-X
- 8 Alu-Gard
- 9 Gebr. v. d. Stroom
- 10 Artemide
- 11 Siemens
- 12 Siemens
- 13 Franke GmbH
- 14 Elvo/Interieur
- 15 Häcker Küchen
- 16 a) Vivalux b) Sylvania-SLI
- 17 IKM
- 18 Villeroy & Boch
- 19 TEKA Küchentechnik GmbH
- 20 Elektrolux Hausgeräte GmbH
- Vertrieb Juno
- 21 Seppelfricke
- 22 Nobilia-Werke
- 23 Alfred Rudolph GmbH & Co. KG
- 24 Gatto
- 25 Robert-Bosch-Hausgeräte GmbH
- 26 AEG
- 27 KCH
- 28 AEG
- 29 Pro-Norm
- 30 Sachsenküchen GmbH
- 31 Insa
- 32 Potocco
- 33 WISTRA/Unterstützungskasse
- 34 KH System Möbel GmbH
- 35 Keramag
- 36 Dreier Küchen
- 37 Repabad
- 38 Mensch & Bad
- 39 Imperial Werke GmbH
- 40 Dienstleistungen
- 41 Blanco GmbH
- 42 Vorwerk
- 43 VKG-ZR & Bonus
- 44 Carl Ed. Meyer
- 45 Rapetti
- 46 Coers, Brust & Schütz
- 47 Constructa/Neff Vertriebs GmbH
- 48 AKTIVBANK/Aktiv Consult
- 49 Wolf
- 50 EHT Siegmund
- 51 VTS
- 52 Aljö
- 53 Quellmalz/Hera
- 54 Paradigma
- 55 a) Schmitz b) IDL
- 56 HSK
- 57 Diener
- 58 SHK-Kreativ-Forum
- 59 Damixa Armaturen
- 60 SHK-Kreativ-Forum
- 61 Rasch/Rasch-Textil
- 62 Erbi
- 63 Kobe by Kobefab
- 64 Nolte-Küchen GmbH & Co. KG
- 65 Synergie
- 66 Synergie
- 67 Format Einbauküchen
- 68 Michael Felke Möbelwerke GmbH & Co. KG
- 69 Nieburg GmbH & Co. KG
- 70 Goldreif-Küchen
- 71 LDP
- 72 Kirchhoff
- 73 Candy

- 74 Star Möbelwerk GmbH
- 75 Raumplus Guddas
- 76 Raumplus Guddas
- 77 Bauknecht Hausgeräte
- 78 Whirlpool Hausgeräte
- 79 AVANCE Werbeagentur
- 80 Betriebswirtschaft
- 81 a) Saeco/VKG Vertriebs GmbH
- b) Forum Cuisina
- 82 DATA: 21 Orga Data/DLZ
- 84 Innovations-Center-Bad

In den Wohnungen vertretene Industriepartner

- Allmilmö
- Alphaplan
- Antica Tappezeria
- Artemide
- Bang & Olufsen
- Barrisol
- Blome
- Bruck
- Brust & Schütz
- Bulthaup
- Casa Nova
- Coers
- Corian
- Damixa
- Dekor-Boden
- Durllet
- Dutch Originals
- Emco
- Escale
- Flou
- Franz Fertig
- Gebr. Albert
- Giese
- Grama Blend
- Hans Grohe
- Hoesch
- Huppe
- Innovations-Center-Bad
- Insa
- IPE
- Josef Sölken
- K-Tec
- Kunst Haus
- Leicht
- Leitner Möbeldesign
- Leola Leuchten
- LTS Lichttechnik
- Maison
- Mensch & Bad
- Mira-X
- Molinari
- M & W Bacher
- Nolff
- NV Durllet
- Peil & Putzler
- Poggenpohl
- Potocco
- Rafael Homecollection
- Rapetti
- Rasch Textil
- Rational
- Roca
- Schwab
- Siematic
- Teba
- Top Light
- Villeroy & Boch
- Wicanders/Carl Ed. Meyer Kork
- Woodimpex
- Zeyko

Einzelhändler und Industrie präsentierten sich dem Berliner Publikum mit einer eigenen Messe

Während die Gruppe letztes Jahr um 13,7 Prozent auf 398 Mitgliedshäuser wuchs, kamen im laufenden Geschäftsjahr bereits 39 Neuaufnahmen dazu und bis Ende 1998 will man das 500ste Mitglied begrüßen. Gern hätte Ihnen die SBZ auch konkretere Zahlen zur SHK in Ettlingen genannt, aber lei-

der war Geschäftsführerin Elfi Fuchs nicht bereit ihren Keuschheitsgürtel zu lockern. Wie man bei VKG professionell vermarktet, zeigte eine Leistungsschau der Industriepartner und Dienstleistungsunternehmen des Gesamtverbundes. Neben der Präsentation von 92 Ausstellern – unter ihnen auch viele namhafte Hersteller aus dem Bereich der Sanitär- und Heizungstechnik – vermittelten sieben komplett eingerichtete

Wohnlandschaften Raumeindrücke vom Landhausstil über die klassische Moderne bis hin zur designorientierten Avantgarde. Damit erfolgte erstmalig ein endverbraucherbezogener Brückenschlag, von der Küche übers Wohnzimmer direkt ins Bad.

UM