

Mit sehr großer Mehrheit stimmten die Gesellschafterinnen und Gesellschafter der SHK der Umwandlung ihrer Verbundgruppe in eine eingetragene Genossenschaft zu.



Bild: SHK AG

Beschlossen: Aus AG wird eG

Nächster Zug: Rücke vor auf Zukunft ■ Die Verbundgruppe SHK AG hat einen Wandel in der Rechtsform beschlossen. Sie wird zur Genossenschaft. Das hat die Gesellschafterversammlung zum Jahreskongress 2019 beschlossen. Das Programm drehte sich zudem um die Ausrichtung der Handwerksbetriebe und die Markenführung. Das betraf unter anderem die bundesweite Kooperationsmarke „Die Badgestalter“. Passend zum Veranstaltungsmotto: Rücke vor auf Zukunft.

Rund 560 Teilnehmerinnen und Teilnehmer sowie mehr als 70 Aussteller waren zum diesjährigen SHK-Jahreskongress nach Mainz gekommen, um in der Rheingoldhalle vom 16. bis 18. Mai Marktchancen auszuloten, wichtige Veränderungsprozesse zu beschließen und die künftige Markenentwicklung zu diskutieren.

Überschattet wurde der erste Kongresstag durch einen Großbrand im alten Teil der Rheingoldhalle. Doch das Beharrungsvermögen der Teilnehmenden wurde dadurch nicht erschüttert: „Das Motto unseres diesjährigen Kongresses lautet: Rücke vor auf Zukunft. Damit signalisieren wir, dass es gerade in unserer schnelllebigen Zeit sehr wichtig ist, als starke Gemeinschaft den eintretenden Wandel anzunehmen und im Interesse eines jeden Einzelnen positiv zu nutzen. Zusammenkommen, zusammenbleiben, zusammen tol-

le Ideen umsetzen – nur so sind wir erfolgreich!“, sagte SHK-Vorstand Sven Mischel.

Am Freitag und Samstag konnte die Tagung und Lieferantenmesse im Gutenbergsaal der Rheingoldhalle und den angrenzenden Gutenberg-Foyers wie geplant weitergehen, bei bester Stimmung seitens der Teilnehmer als auch der beteiligten Lieferanten und Dienstleister.

Neue Unternehmensform beschlossen

Mit großer Mehrheit hat die Gesellschafterversammlung der Umwandlung ihrer Verbundgruppe in eine eingetragene Genossenschaft zugestimmt. Damit werde die seit Gründung im Jahr 1988 praktizierte genossenschaftliche Ausrichtung nunmehr auch in der Unternehmensform deutlich. Dieser Vorgang erfolgt in zwei Schritten. Der erste

Schritt ist die bereits beschlossene Umwandlung der SHK Verwaltungs AG & Co. KG in eine eG mit Rückwirkung zum 1. Januar 2019. Der zweite Schritt folgt zwölf Monate später: die Aufwärtsverschmelzung der SHK Einkaufs und Vertrieb AG in eine eG.

Der Vorstand ist gemäß Genossenschaftsgesetz mit zwei Personen zu besetzen. Im Falle SHK mit Sven Mischel als Vorstandsvorsitzendem und Thorsten Renk als zweitem Vorstand Finanzen, Personal und ZR (Zentral-Regulierung). „Da Thorsten Renk erst seit dem 1. April 2019 in der SHK als kaufmännischer Leiter tätig ist, wird er zunächst für die kommenden zwölf Monate diese Vorstandspolition besetzen“, sagte SHK-Aufsichtsratsvorsitzender Alfred Bock.

Die eG ist im Jahr 2019 noch nicht operativ tätig. Somit bleibt die SHK Einkaufs- und Vertrieb AG bis zur Aufwärtsverschmelzung

durch Beschlussfassung bei der Gesellschafterversammlung 2020 die operative Organisation. Für die neue eG wurden auch der Aufsichtsrat (Alfred Bock, Gerald Krenn, Peter Ullrich) und der beratende Beirat (Ina Säuberlich, Jens Furchtmann, Carsten Holler, Horst Langen, Markus Rettinger und Günter Schurr) – analog zur Besetzung bei der AG – gewählt.

Wirtschaftlich steht die Organisation gut da

In seinem Bericht erläuterte Wirtschaftsprüfer Stefan Träumer, die SHK stehe grundsätzlich da mit einem Eigenkapital von 68 % allein in der KG, einer Dividende auf Vorjahresniveau und einem Sonderbonus in Höhe von einer Million Euro, der in diesem Jahr erneut zur Ausschüttung kam. Vorstand Sven Mischel betonte: „Wirtschaftlich steht die SHK top da. Unsere Kooperation verzeichnet das größte ZR-Umsatzvolumen in unserer Branche. Dabei bleiben wir in Sachen Mitgliedergewinnung unserer Maxime treu: lieber Qualität statt Quantität.“ Damit einher gehen die personellen, strukturellen und organisatorischen Veränderungen, die 2018 umgesetzt wurden und auch 2019 zu weiteren Modifikationen führen werden. „Wir machen uns fit für die neuen Herausforderungen im Markt und für den dauerhaften Erhalt des freien Unternehmertums in unserem Fachhandwerk“, sagte Mischel.

Markentag stellt Weichen

Der in den Kongress integrierte Markentag nahm in diesem Jahr die Kooperationsmarke „Die Badgestalter“ in den Fokus, die neben der zweiten Kooperationsmarke „Meister der Elemente“ die Kompetenz in puncto Komplettbad und Teilsanierung Richtung Endverbraucher kommuniziert. Marketingchefin Stefanie Jung verdeutlichte mit ihrem Team in einer szenischen Aufführung die Beziehungsqualität des Markenversprechens, die im neuen Claim „Die besten Momente sind persönlich“ ihren Ausdruck findet: „Wir lesen unseren Kunden die Wünsche von den Lippen ab. Auch wenn sie sich mal nicht bewegen.“

In den Workshops zu den Themen klare Positionierung, digitale Markenführung und einheitliche Prozess-Standards wurde intensiv über notwendige Anpassungsmaßnahmen diskutiert. Schnell war man sich darin einig, dass es noch mehr Verbindlichkeit der Markenteilnehmer brauche und noch mehr Präsenz und Prägnanz an den analogen wie auch digitalen Berührungspunkten zwischen Marke und Verbraucher. Dies bedeute unter anderem: mehr Konsequenz in der Markenumsetzung, mehr Investitionsbereitschaft, mehr Markenteilnehmer, Anreize für aktive



Bild: SHK AG

Prämiert und gefeiert wurden die Badplaner des Jahres 2019, Thema des Planungswettbewerbs diesmal „Urlaub im Bad“: v.l. Gerhard Elsässer (Fa. Elsässer), der den Preis für Preisträgerin Claudia Altrichter entgegennahm, Katrin Pontzen (Fa. Bukoll), Frank Schneider (Fa. Schröder), der den Preis für die Preisträgerin des Publikumspreises, Anne Dücker, entgegennahm, Alfons Kugelberger (Fa. Zitzelsberger Die Badgestalter), Wolfgang Reineck (Fa. Reineck Die Badgestalter) und Stefanie Cáceres Sánchez (Fa. Fred Weber).

Mitglieder und mehr Verpflichtung Richtung Lieferantenpartner. Große Zustimmung fand die optimierte digitale Markenführung wie auch eine höhere regionale und überregionale Markenbekanntheit, einheitliche Qualitätsstandards und strategischer Einkauf.

Marke: Worum geht es?

Inspiration fanden die Kongressteilnehmer durch die beiden Gastreferenten Jörg Löhr und Suzanne Grieger-Langer. In einem kurzweiligen Vortrag motivierte Jörg Löhr die Chefs, mutig Veränderungen anzugehen und die jüngere Generation dabei mitzunehmen: „Versuchen wir, das zu bewahren, was wir erarbeitet haben, verlieren wir künftig, was wir erarbeitet haben.“ Es gehe darum, die eigenen Ansprüche zu erhöhen, limitierende Überzeugungen zu vermeiden und mit eigener Strategie erfolgreich zu sein.

Die Wirtschaftsexpertin Suzanne Grieger-Langer warf einen genauen Blick auf die wahre Macht der Marke und deren Erfolgsmuster. Ihre These: Eine Marke sei menschlich, habe eine Hintergrundgeschichte, eine Macke (niemand will etwas Perfektes), sie polarisiere, zeige Ecken und Kanten. „Wenn ich Marke bin, dann muss ich keine Preise verhandeln, ich setze den Preis fest. Dann muss ich nicht um Aufträge bitten, ich werde um Leistung gebeten.“ Eine Marke rede nicht darüber, was sie tue und wie sie es tue, sondern war-

um es sie gebe. Im Sinne der Badgestalter: weil die besten Momente persönlich sind – gerade, wenn ein individuelles Wohlfühlbad gewünscht wird. ■

→ INFO

Die Verbundgruppe

Bei der SHK Einkaufs- und Vertriebs AG handelt es sich um eine Kooperation aus SHK-Fachhandwerksbetrieben. Ziel: die Entwicklung verkaufstaktiver Fachhandwerksunternehmen durch Netzwerkorganisation sowie die Bereitstellung umfassender Leistungen in den Bereichen Einkauf, Marketing, Service, Erf-Arbeit. In der genossenschaftlich ausgerichteten Verbundgruppe in Deutschland und Österreich kooperieren mehr als 900 Mitgliedsunternehmen. Die SHK AG unterhält Geschäftsbeziehungen zu mehr als 100 Lieferantenpartnern. Die Mitglieder erreichen in einem Jahr einen Gesamtumsatz von 1,8 Milliarden Euro, von dem mehr als 400 Millionen Euro über die Ausstellungen der Unternehmen generiert werden.

www.shknet.de