

LOCAL HERO IN DER HOME COMPANY

# TRADING-UP FÜR MAGDEBURG

Die **Maco**-Unternehmensgruppe ist ein vielseitiges Unternehmen. Das Prunkstück liegt allerdings nicht am Firmensitz in Oldenburg, sondern in Magdeburg – das gilt erst recht, seitdem das Möbelhaus unter das Dach der Home Company des **Europa Möbel-Verbands** geschlüpft ist.



Ein starkes Trio für Wohnkultur in Magdeburg (v.l.): Andreas Brandel, Vertriebs- und Marketingleiter Home Company, Hausleiter Marek Sandring und Inhaber Alessandro Rabe



**MK Maco hat eine einzigartige Unternehmensstruktur. Was gehört alles dazu?**

ALESSANDRO RABE (AR) Wir betreiben die Unternehmensgruppe derzeit an drei Standorten. Die Zentrale befindet sich in Oldenburg mit unserem Groß- und Onlinehandel für Importwaren, einem Gartenfachmarkt, einer Anhängervermietung und einem Fachmarktzentrum, das wir als Vermieter für aktuell 21 Geschäftseinheiten betreiben. Dann haben wir natürlich unsere Home Company in Magdeburg mit einem angrenzenden Gartenfachmarkt. Und last not least gehört noch ein Küchenstudio in Berlin-Hohenschönhausen mit 2.500 qm Fläche und 600 qm Lagerfläche dazu, das ebenfalls im vergangenen Jahr unter das Dach der Home Company geschlüpft ist.

**Und am Firmensitz in Oldenburg wollte ihr Vater, Rolf Rabe, niemals ein Möbelhaus eröffnen?**

AR Es wurden immer wieder Überlegungen angestellt, wie die Firmengruppe gesund größer werden könnte. Zum damaligen Zeitpunkt, 2008/2009, war es aber lukrativer, sich im Zuge der Umfunktionierung des Fachmarktzentrens auf die Vermieterrolle zu beschränken.

**Was war der Ursprung von Maco?**

AR 1979 begann mein Vater mit einem Sonderpostenmarkt und er war damit sehr erfolgreich. Ende der 1980er Jahre kamen Importaktivitäten hinzu, sowohl für den eigenen Vertrieb als auch als Großhändler. Er hat in den 1990er Jahren alle möglichen Konsumgüter eingeführt, wie beispielsweise Fußbälle, Kunstpflanzen oder Gartenmöbel, auf denen heute der Schwerpunkt im Sourcing liegt.

**Ihr Vater war ein umtriebiger Unternehmer. Sie haben die Geschäfte vor einem Jahr komplett übernommen. Wie geht es Ihrem Vater – hält er es als Ruheständler aus?**

AR (Lacht.) Die ersten Wochen und Monate waren nicht ganz einfach. Mittlerweile ist er ein glücklicher Pensionär, der vielen Aktivitäten nachgeht. Er reist viel und ist deutlich entspannter.

**Wie verlief die Unternehmensnachfolge bei den Rabes?**

AR Sehr strukturiert. Als mein Vater 50 wurde, fragte er meinen Bruder und mich, ob jemand die Geschäfte übernehmen wolle. Ich habe ja gesagt, und wir haben uns auf eine Übergangsphase von zehn Jahren geeinigt, in der wir beide als Geschäftsführer agieren würden und jeder für seinen Bereich verantwortlich sein sollte. So hat es dann auch funktioniert. Im letzten Jahr saßen wir dann sogar zusammen in einem Büro, um nach und nach alle Vorgänge auf mich zu übertragen. So war der Prozess für alle Beteiligten transparent und gut nachvollziehbar.

**Der Standort hier in Magdeburg ist ebenfalls aus einem Sonderpostenmarkt hervorgegangen, nicht wahr?**

MAREK SANDRING (MS) Ja, wir sind mit Maco seit der Wende in Sachsen-Anhalt vertreten, zunächst in Altenwedding, einige Kilometer von hier entfernt, wo wir einen Sonderpostenmarkt betrieben haben. Das waren noch die Goldgräberzeiten, in denen wir mit dem Verkaufen kaum hinterhergekommen sind und wir stießen dort schon bald an räumliche Grenzen. 1994 sind wir dann nach Magdeburg umgezogen und haben am jetzigen Standort das Möbelhaus entwickelt. Damals war hier noch überhaupt keine Infrastruktur vorhanden.

**Was ist Magdeburg für eine Stadt?**

MS Magdeburg hat sich zu einer lebens-

und sehenswerten Stadt entwickelt. Zu DDR-Zeiten war sie für den Schwermaschinenbau bekannt, was nach der Wende im internationalen Wettbewerb weggebrochen ist. Die Politik hat sich bemüht, gute Wirtschaftsbedingungen zu schaffen und neue Beschäftigungsfelder zu erschließen. Das waren aufregende Jahre des Wandels. Jetzt verfügt die Stadt mit mehr als 280.000 Einwohnern über eine intakte Infrastruktur mit einer schönen Innenstadt. Das reiche historische Erbe wird gepflegt und die geografische Lage zwischen Berlin und Hamburg ist günstig.

**Maco ist hier in der Stadt offenbar sehr gut vernetzt.**

MS Ja, wir sind für Bauunternehmer in der Stadt auch meistens der erste Ansprechpartner, wenn es ums Einrichten geht. Ein Beispiel dafür ist das Luisenturm, der höchste Wohnturm der Stadt, der letztes Jahr fertiggestellt wurde und in dem wir 60 Prozent der Wohneinheiten mit Küchen ausgestattet haben. Mein Vorgänger, Matthias Utermark, hat in diesem Punkt eine extrem gute Arbeit geleistet und Maco in der Stadt bekannt gemacht. Er arbeitet im Übrigen immer noch für uns, und zwar als Verkaufsleiter für Küchen.

**Wie ist die Wettbewerbssituation in der Stadt?**

MS Wir haben in unmittelbarer Nähe einen Porta-Markt, der früher ein starker Wettbewerber war, sowie einen Höffner. Wir betrachten diese Konkurrenten nicht ausschließlich negativ, da auch enttäuschte Kunden zu uns kommen, die dort nicht fündig geworden sind. Natürlich sind auch alle Discounter vertreten sowie Ikea und diverse Küchenstudios. Unser Vorteil: Wir sind viel agiler und schneller in der Entscheidungsfindung als unsere großen Wettbewerber mit ihren Filialstrukturen. ►

Und die Insellage Magdeburgs – mit den nächsten größeren Städten Braunschweig im Westen, Berlin im Osten und Leipzig im Süden – hilft uns dabei, hier auch starke Marken durchzusetzen. So sind wir beispielsweise Dunlopillo-, Koinor-, Svane- und sogar Team7-Händler. Damit leistet Maco immer noch Pionierarbeit, denn das Markenbewusstsein im Möbelbereich ist in Ostdeutschland nach wie vor schwach ausgeprägt.

### Wie hat das Home Company-Konzept das Möbelhaus verändert?

MS Es hat uns in unserem Trading-up getragen und den Prozess beschleunigt. Die geplante Ansiedlung von Ikea hat uns 2017 dazu veranlasst, den Wechsel zur Home Company anzustoßen. Wir haben spätestens in diesem Moment im Mitnahme-Segment keine Zukunft mehr gesehen.

### Wie erinnern Sie den Prozess aus Verbandsperspektive, Herr Brandel?

ANDREAS BRANDEL (AB) 2018 fanden die

### Das bedeutet, dass die Home Company durch Maco deutlich vielseitiger geworden ist.

AB Und dieser damals angestoßene Prozess ist ja weitergegangen. Das Konzept ist flexibler geworden, denn nun gehören zum Beispiel auch reine Küchenhäuser zur Home Company. Außerdem war dies der erste Schritt in den Osten. Denn nun zählt auch neuerdings Guenz in Naunhof bei Leipzig dazu. Maco in Magdeburg war für diese Partner ein ausschlaggebender Punkt.

### Wie viele Home-Company-Standorte gibt es inzwischen?

AB Es sind aktuell 26, aber in diesem Frühjahr kommen noch zwei weitere hinzu – in Bitburg ist die Fischer Home Company gerade dazugekommen, Franke in Lübeck hat auf Home Company umgestellt und im April wird auch Brandl in Kelheim dazukommen. Mit drei weiteren sind wir im Gespräch. Bis Ende des Jahres wollen wir die 30 knacken.

### Warum entscheiden sich immer mehr Möbelhändler für das Konzept?

AB Gemeinsam sind wir stärker und lösen zentrale Probleme für viele. Dies gilt insbesondere für das Marketing. Die neue Website hat noch mal für richtigen Schub gesorgt, da alle Partner im Internet nun sehr gut dargestellt sind. Wir sind mit unserer Partneragentur sehr gut unterwegs, was die multimediale Ausrichtung der Marke Home Company betrifft, wie man am Beispiel Maco sehen kann.

### Wohin soll sich die Home Company weiterentwickeln?

AB Als ich die Verantwortung für die Home Company übernommen habe, handelte es sich in erster Linie noch um ein Vertriebskonzept. Ich denke, dass wir seitdem im Marketing sehr viel Boden gut gemacht haben. Jetzt ist die Home Company eine echte Marke mit einer Employer-Branding-Strategie, sehr fruchtbaren Dialogtagen mit den Mitarbeitenden der Home Company Teams und einem konsistenten digitalen Konzept.

Es zeichnet das Marketing für Home Company aus, dass auch Dinge ausprobiert werden. Gerade testen wir beispielsweise Adressable TV. Wir haben den Anspruch, dass wir auch innerhalb des Europa Möbelverbunds mit unseren Aktivitäten immer neue Impulse setzen.



Hochwertige Präsentationen gehören bei der Home Company dazu

ersten intensiven Gespräche statt. Dabei gab es unter den damaligen Home-Company-Partnern durchaus Bedenken und sogar Vorbehalte, da Maco nicht ins Profil passte. Die Größe der HC-Häuser lag bisher bei 4.000 bis 5.000 Quadratmetern. Maco umfasst aber eine Fläche von 20.000 qm. Ich habe mich sehr gefreut, als die Partner sich für die Aufnahme entschieden haben.

## Und in Magdeburg gibt es genug Kunden im gehobenen Segment?

MS Ja, die gibt es. Vor allen im Magdeburger Süden, wo wir sitzen, denn das ist traditionell eine bevorzugte Wohngegend. Aber es gibt in der Stadt noch mehr potenzielle Kunden, zumal uns viele Magdeburger:innen noch gar nicht als Home Company kennengelernt haben.

Natürlich haben wir auch einige Kunden verloren, die nicht in die Zielgruppenausrichtung des Konzepts passen. Allerdings sind im Zuge der Neuausrichtung mindestens genauso viele Neukunden hinzugekommen. Bei dem Trading-up sind wir auch sehr vorsichtig vorgegangen und haben den Anteil hochwertiger Ware in der Werbung nur schrittweise erhöht. Die gesamte Bildsprache ist wohnlicher und wertiger geworden. Wir sprechen nicht mehr in erster Linie die Traditionalisten an, sondern auch die jüngere Zielgruppen. Diesen Weg verfolgen wir im Übrigen auch in unserem angrenzenden Gartencenter.

## Wie groß sind die Umsatzanteile nach Warengruppen?

MS 55 Prozent spielen wir mit Küche ein, den Rest mit Möbeln und Fachsortimenten. Das hat aber auch damit zu tun, dass wir schon lange ein sehr gutes Image als Küchenhändler haben. Leider haben die Küchenkäufer:innen dann aber keine Wohnmöbel bei uns erworben, was sich erfreulicherweise geändert hat.

AB Ein entscheidender Punkt für so einen Change sind die Mitarbeitenden. Es ist eine Herausforderung, eine entsprechende Ein-

stellung in den Köpfen zu verankern, dass es auch möglich ist, ein Polstermöbel für 4.000 Euro und nicht für 2.000 zu verkaufen. Für Personal, das über Jahre und Jahrzehnte auf den Discount trainiert war, ist das eine ganz andere Welt. Ohne Schulungen und ein verändertes Mindset funktioniert das nicht.

## Wie kommen Sie hier bei Maco bisher durch das Jahr?

MS Der Jahresstart war sogar besser als das Vorjahr, das wir mit einer schwarzen Null abgeschlossen haben. Das stimmt uns sehr optimistisch. Es gelingt uns auch den Durchschnittsbörsen zu steigern, was eine wesentliche Ursache für den guten Januar und Februar gewesen ist, denn wir beobachten ebenfalls, dass die Frequenz rückläufig ist. Dagegen arbeiten wir mit allem an, was die Home Company ausmacht.

SASCHA TAPKEN



Im Gespräch: Sascha Tapken, freier Redakteur, Alessandro Rabe, Andreas Brandel und Marek Sandring (v.l.).



Die Außenansicht der 20.000 qm großen Maco Home Company in Magdeburg. Hausleiter ist Marek Sandring.

## FACTS & FIGURES

- Maco Unternehmensgruppe
- GF: Alessandro Rabe
- Bestandteile: Fachmarktzentrum, Großhandel für Importware, Gartenmöbelmarkt, Anhängerleih in Oldenburg, Maco Home Company in Magdeburg mit Gartencenter, Maco Küchen Home Company in Berlin-Hohenschönhausen
- Mitarbeitende: 120 (72 davon in Magdeburg)
- Standort Magdeburg: Home Company (seit 2017) mit 20.000 qm Verkaufsfläche

[homecompany-moebel.com](http://homecompany-moebel.com)