

# Brüderliches Erfolgspaket

## Das Küchenhaus Huxoll in Mühlheim-Kärlich

Zu unserem Studiogespräch Mitte August kommen Michael und Stephan Huxoll im Partnerlook: schwarzes Hemd, Jeans und ein gewinnendes Lächeln im Gesicht. „Eine Kleiderordnung gibt es bei uns nicht“, erklären die Brüder, Inhaber und Geschäftsführer. „Wir dachten nur, das sähe für die Fotos gut aus.“ Recht haben sie. Bevor wir Bilder machen, platzieren wir uns mit Kaffee und Wasser aber erstmal gemütlich in der frisch renovierten Ausstellung. Sie trägt die klare Handschrift der Huxolls und ist wie das Gespräch so anregend, dass im Nu drei Stunden rum sind.

*Mit dem exklusiven Angebot von Elementa bilden die Huxolls alle Preissegmente ab. Anhand dieser Küche demonstrieren sie, was auch mit einem kleineren Budget möglich ist.*

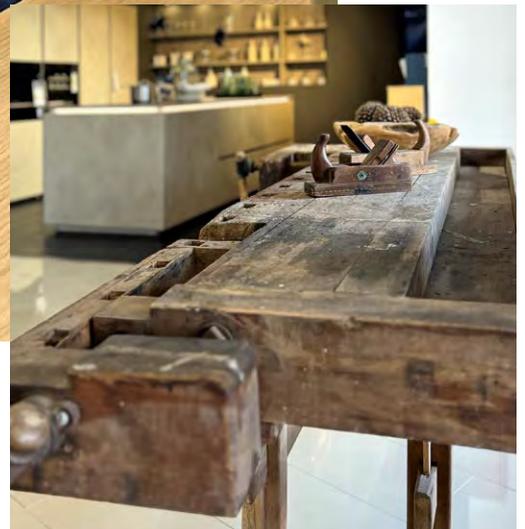


■ Ihre Ausstellung, erfahren wir, gestalten die Huxolls grundsätzlich selbst. „Das geben wir nicht aus der Hand, sondern planen jede Küche selbst. Aus jeder Koje wird das maximale Optimum herausgeholt, um den Kunden zu zeigen, was mit und bei uns möglich ist.“ Auf beige glänzenden Granitbodenplatten dominieren Weißtöne und trendige dunkle Fronten mit Holzelementen. Dazwischen warme Pastelltöne und im Eingangsbereich die alte Werkbank des Vaters sowie eine elegante extragroße Inselplanung in Grautönen mit schwarzer Arbeitsplatte. „Das ist unser Paradebeispiel dafür, wie man auch mit kleineren Budgets große Wirkung erzielen kann“, erklären die Huxolls. Der Quarzplattenlieferant, ein Unternehmen aus Holland, wäre zwar nicht begeistert, dass sie hier eine sehr günstige Variante zeigen, aber vor allem soll es ja den Kunden gefallen. Generell, informiert Stephan Huxoll, sei die Nachfrage nach Quarzplatten bei ihren Kunden stark gestiegen – etwa die Hälfte der Küchen wird damit ausgestattet –, da das Preis-Leistungs-Verhältnis des holländischen Lieferanten weitaus besser sei als das der deutschen Anbieter. Ein Dreivierteljahr lang haben die Huxolls ihr 800-Quadratmeter-Studio, in dem früher mal Fliesen verkauft und Waffen-Zielsysteme justiert wurden, aufwendig modernisiert. Alle Küchen wurden abverkauft, um auf das neue Rastermaß der Elementa-Küchen umzustel-

len, auf die sich das Küchenhaus konzentriert. Gezeigt werden zwanzig Küchen aus verschiedenen Preissegmenten. „Wir haben schon immer exklusiv nur mit einem Hersteller gearbeitet. Zuerst mit Häcker, dann mit Wellmann und jetzt bereits seit rund zwanzig Jahren mit der MHK-Marke Elementa.“ Die MHK (Musterhaus Küchen) sei ein starker Verband und biete durch die Kooperation mit dem Einrichtungspartnerring VME gute Einkaufskonditionen; die exklusive Zusammenarbeit verringere für das Studio sowohl die Kosten als auch die Komplexität. Auch die Werbung läuft größtenteils über den Verband, abgesehen von Social Media und dem Sponsoring des örtlichen Sportvereins.

Gelegen ist das Studio in Mühlheim-Kärlich, im größten Fachmarktzentrum Deutschlands. Diese Lage, meinen die Huxolls, sei „Fluch und Segen zugleich“. Das riesige Einkaufsgebiet mit über vierhundert Unternehmen zieht wie ein Kessel Kunden an, ob vom Hunsrück, der Eifel, dem Westerwald oder Taunus. Gleichzeitig sind im Abstand von fünfzig bis fünfhundert Metern mindestens fünf Mitbewerber am Start, darunter Meda Küchen, Küchen Aktuell, Reddy und Roller. Gegen die Konkurrenz müssen sie sich behaupten. Aber nicht ohne Grund heiße es auch, Konkurrenz belebe das Geschäft, meinen die Brüder. „Der beste Kunde ist der, der sich schon bei den anderen umgeschaut hat. Diese Kunden sehen und verstehen, was wir anders bzw. besser machen.“ Zum einen, so Michael Huxoll, habe man eine angenehm überschaubare Studiogröße in 1a-Lage und biete wettbewerbsfähige Preise. „Zum anderen bieten wir einen ganz anderen Service. Unsere Produktpalette und unser Know-how gehen in die Tiefe und wir suchen das Gespräch mit den Kunden.“ Dazu wird die Raumgestaltung mit einbezogen. Eine Stärke der Huxolls ist der Trockenbau – für Decken, Wände, den Umbau von Schränken und Geräten. Auch das Thema Be-

*Michael und Stephan Huxoll führen gemeinsam die Geschäfte des Küchenhauses.  
Mit der freundlich-familiären Atmosphäre und ihrem besonderen Service stechen sie  
aus dem Wettbewerbsumfeld heraus.*



*Zukunft braucht Herkunft, die  
alte Werkbank des Vaters*

*Das Küchenhaus Huxoll liegt im größten  
Fachmarktzentrum Deutschlands: Mühlheim-  
Kärlich. Eine 1a Lage mit viel Kundschaft und  
belebendem Wettbewerb.*

leuchtung geht man sehr aktiv an. Einige gestalterischen Beispiele, inklusive mehrerer hundert Einbau- und Deckenleuchten, sind in die Ausstellung integriert. Auf Wunsch, erklären sie, würden für die Kunden auch Vorarbeiten anderer Handwerker (Elektro, Wasser, Fliesen, Maler, Leichtbauer) koordiniert. Gelernt haben die Brüder das Küchengeschäft von der Pike auf. Ihre Eltern eröffneten 1975 zunächst einen Laden für weiße Ware. In den Achtzigerjahren kamen die ersten Küchen dazu und man zog mit dem Geschäft auf einen alten Bauernhof in Ehlscheid. Bald darauf stiegen die Söhne ein. „Wichtig war uns, dass jeder sich auf seine Stärken konzentrieren kann, und entsprechend haben wir uns aufgestellt.“ Beide machten ihren Groß- und Außenhandelskaufmann und Stephan Huxoll schloss ein Studium an der MöFa an. Im Jahr 2000 übernahmen sie dann von den Eltern das Geschäft und gründeten zusammen die Küchenhaus Huxoll GmbH. Arbeitsschwerpunkt von Michael Huxoll sind Verkauf und Planung. Stephan Huxoll übernimmt anschließend die Abwicklung. Ihr älterer Bruder, Thomas Huxoll, hat sich mit einer eigenen Firma auf die Küchenmontage spezialisiert und arbeitet mit dem Küchenhaus Hand in Hand. Auch den Küchenstandort Ehlscheid (dreihundert Quadratmeter) gibt es noch. Die Küchenberatung erfolgt hier nur nach vorheriger Terminvereinbarung.

Das Team des Küchenhauses umfasst zwölf Leute. „Mit allen zusammen sind wir genau für die derzeitige Auslastung aufgestellt und organisiert“, erklären die Brüder. Gegenüber dem Vorjahr sei das Geschäft zwar rückläufig, da die Häuslebauer als Kunden fehlen, aber in den Boom-Zeiten der vergangenen Jahre seien andere Dinge schwierig gewesen, wie die Überlastung der Mitarbeiter und die Lieferschwierigkeiten. Die Umsätze sind auf einem guten Niveau und wichtig sei es im Moment vor allem, keinen Verlust zu machen.

Der durchschnittliche Verkaufspreis liegt bei fünfzehn- bis sechzehntausend Euro, mit einem Trend zur höherwertigen Ausstattung wie Kombi-Dampfgarern, Quooker, Muldenlüftern oder den Quarzplatten. Hier hat sich das Verhältnis quasi umgekehrt: „Früher hatten die Möbel einen Umsatzanteil von rund siebenzig Prozent, jetzt fließen fast zwei Drittel des Preises in Geräte, Spülen, Arbeitsplatten und sonstiges Zubehör.“ Smart Home wecke bei den Kunden eher wenig Interesse. Viel-



mehr würden sie in den Planungsgesprächen gefragt: „Warum soll ich meinen Backofen mit einer App anmachen?“ Natürlich sind die Küchenpreise auch bedingt durch höhere Kosten und die Inflation gestiegen. „Was wir aber nicht in Ordnung finden, ist, dass die Teuerungszuschläge von vielen Lieferanten eingepreist wurden, obwohl die Rohstoffpreise wieder runtergegangen sind.“ Das sei ihrer Meinung nach „Gierflation“. In der Folge könnte Stephan Huxoll sich vorstellen, dass es langfristig den Küchen wie der Bio-Branche ergehe: „Bio ist teuer, da sparen die Leute dran. Bei uns kaufen sie dann vielleicht eher Blaupunkt als Berbel.“ Bezüglich der Lieferanten sagen sie auch klar: „Wir suchen die Lieferanten danach aus, ob sie an unserer Seite sind.“ So sind bei den Geräten AEG, Bosch und Berbel bevorzugte Marken. Miele dagegen bietet man an, aber deutlich verhaltener, da Miele durch seinen Direktvertrieb im Wettbewerb mit dem Handel steht.

In der Rückschau auf ihre langjährigen Erfahrungen als Fachhändler meinen die Brüder übereinstimmend: „Wir haben von dem Geschäft immer gut gelebt und so ist es immer noch.“ Nun gehe es für sie darum, sich langsam um den Nachwuchs zu kümmern und das Team zu verjüngen: „Das ist die unternehmerisch größte Baustelle.“ Gute Fachkräfte gäbe es kaum auf dem Arbeitsmarkt; dafür müsse man auch das Image des Berufs aufmöbeln. „Es ist ein Superjob. Kreativ, man hat mit Menschen zu tun, kann gutes Geld verdienen und macht Leute glücklich.“ Noch sind Michael und Stephan Huxoll mit 52 und 56 Jahren zwar lange nicht im Rentenalter, möchten aber rechtzeitig die Weichen stellen. Ihr größter Wunsch: Das Geschäft soll in Familienhand bleiben. Die Chancen stehen gut. Jeder hat zwei Kinder und bei einem ist schon das Interesse geweckt, in dritter Generation einzusteigen und das Küchenhaus Huxoll in die Zukunft zu führen. (cht) ■



*Hauptsächlich werden in der klar und hell gestalteten Ausstellung Küchen in verschiedenen Weißtönen verkauft*

*Eine Stärke der Huxolls ist der Trockenbau. Das ermöglicht neben der Küchenplanung auch eine individuelle Raumgestaltung.*

