



Qualitätssiegel oder Mogelpackung?

# Handwerkermarke

Die Handwerkermarke steht für Qualitätsmerkmale wie Nachkaufgarantie, Gewährleistungsvereinbarung, und bundesweiter Kundendienst (Siehe Kasten). Wichtiges Kriterium: Die Handwerkermarke wird nicht im Baumarkt, sondern ausschließlich über qualifizierte Handwerksunternehmen angeboten. Der offizielle Startschuß für das Projekt Handwerkermarke erfolgte Mitte letzten Jahres. Auf den Frühjahrsmessen werden die ersten Produkte mit dem Qualitätssiegel Handwerkermarke eingeführt. Mit von der Partie sind derzeit Duravit, Duscholux, Hansa, Hoesch, Hüppe, Oras, Oventrop, Reflex, Roth und Sanipa. Neue Konzepte erlauben neue Vermarktungsansätze. Wir fragten ZV-Hauptgeschäftsführer Michael von Bock und Polach nach den Knackpunkten der Handwerkermarke.

**SBZ:** Was wollen Sie mit der Handwerkermarke erreichen?

**Von Bock und Polach:** Es geht in erster Linie um die Glaubwürdigkeit des Handwerks. Der Kunde nimmt häufig nur einen reinen Preisvergleich zwischen den Angeboten im Baumarkt und denen des Handwerks vor – die Mehrleistung des Handwerks sieht er nicht. Der Handwerker muß die Möglichkeit haben, seine Mehrleistungen wie Garantie und Kundendienst herauszustellen. Und die bekommt er mit der Handwerkermarke.

**SBZ:** Es wird auch künftig Markenprodukte und damit direkte Preisvergleiche mit Baumärkten geben. Oder wie wollen Sie das verhindern?

**Von Bock und Polach:** Dies wird sicherlich so sein. In der sozialen Marktwirtschaft können wir der Industrie ihre Absatzstrategie nicht vorschreiben. Mit der Handwerkermarke haben wir allerdings ein Instrument für den professionellen Vertriebsweg geschaffen, mit dem sich Hersteller freiwillig zur Vermarktung via Handwerk bekennen können. Der Installateur muß sich auch beim Einsatz der Handwerkermarke



» Mit der Handwerkermarke hat der Handwerker die Möglichkeit, seine Mehrleistungen wie Garantie und Kundendienst herauszustellen «

weiterhin dem Wettbewerb stellen, aber nicht dem reinen Preisvergleich zum Baumarkt. Wir kommen weg vom reinen Preiswettbewerb und stellen mit der Handwerkermarke unsere Mehrleistungen heraus, d. h. wir wollen dem Kunden endlich über die unterschiedlichen Leistungsinhalte aufklären; im Klartext heißt das Schluß mit dem Vergleich von Äpfel und Birnen.

**SBZ:** Bietet die Handwerkermarke nicht nur Leistungen an, die eh schon vorhanden sind. Worin liegt der Unterschied zu den schon existierenden Angeboten?

**Von Bock und Polach:** Das neue an der Handwerkermarke ist die Bündelung und Verbindlichkeit einer Vielzahl von Einzelleistungen für den Handwerker und seine Kunden (Anm. der Red.: siehe Kastentext). Durch das Qualitätssiegel Handwerkermarke sieht der Fachhandwerker auf einen Blick, daß die so gekennzeichneten Produkte über eine Vielzahl von Leistungsmerkmalen verfügen, die für ihn und auch für den Endverbraucher von Vorteil sind.

**SBZ:** Bekommen grundsätzlich alle Produkte eines Herstellers den Status Handwerkermarke?

**Von Bock und Polach:** Es gibt tatsächlich und rechtlich die Möglichkeit einzelne Produktgruppen den Anforderungen der Handwerkermarke zuzuordnen. Das macht für den Hersteller allerdings keinen Sinn. Deshalb glaube ich, daß die Hersteller freiwillig aus Eigeninteresse ihre gesamte Produktpalette an den Kriterien für die Handwerkermarke ausrichten werden. So jedenfalls ist der Tenor, den ich aus den Gesprächen mit unseren Partnern entnommen habe.

**SBZ:** Können auch die sogenannten Handelsmarken des Großhandels Handwerkermarke werden?

**Von Bock und Polach:** Nein, Handelsmarken haben eine ganz andere Systematik. Die Zielsetzung ist allerdings in Teilen mit der Handwerkermarke durchaus konform. Hier haben wir übrigens auch Konsens mit dem DG-Haustechnik hergestellt.

**SBZ:** Wird es beim Handwerk zu Irritationen kommen, weil es künftig Markenprodukte „mit“ und „ohne“ Handwerkermarkenemblem gibt?

**Von Bock und Polach:** Nein, dem wird durch eine professionell gestaltete Informationskampagne begegnet. Dem Handwerker werden die Vorteile der mit dem Zeichen Handwerkermarke versehenen Marken nahe gebracht. Er kann sich dann, wie jetzt auch frei entscheiden. Die Freiheit der Markenwahl wird nicht eingeschränkt.

**SBZ:** Ist mit der Handwerkermarke auch eine besondere Konditionengestaltung verbunden?

**Von Bock und Polach:** Die Preisstellung wird nicht berührt. Das Konzept definiert sich über die Leistungen, die eingebracht werden, nicht über Konditionen.

**SBZ:** Können die Hersteller parallel zur Handwerkermarke auch klassische Markenprodukte ohne das Siegel Handwerkermarke verkaufen?

**Von Bock und Polach:** De jure können Hersteller dies tun. Diese Marken müssen dann den Wettbewerb zur Handwerkermarke antreten. Wie die Marktteilnehmer sich verhalten, ist deren unternehmerische Entscheidung und nicht Gegenstand des Konzeptes Handwerkermarke.

**SBZ:** Im Augenblick liegt der Schwerpunkt im Sanitärbereich. Wie sieht es mit dem Heizungssektor aus?

**Von Bock und Polach:** Grundsätzlich steht die Handwerkermarke jedem Hersteller offen, der die Kriterien erfüllt. Dies ist unabhängig vom Sanitär- oder Heizungsbereich. Mit Oventrop, Reflex und Roth sind bereits drei Hersteller aus diesem Sektor dabei. Weitere werden folgen.

» Der Hersteller hat sicherzustellen, daß die Handwerkermarke über den vereinbarten Absatzweg zum Kunden kommt «

**SBZ:** Wie steht denn das Kartellamt zum Konzept? Man hört, daß es dort Bedenken gibt.

**Von Bock und Polach:** Dies war anfänglich so. Wir sind mit dem Kartellamt im Gespräch. Dort hat man grundsätzlich Verständnis für das Projekt und hat uns in einigen Fragen sogar Hilfestellung geleistet.

**SBZ:** Es fällt auf, daß maßgebliche Hersteller wie Geberit, Grohe, Hansgrohe Ideal Standard, Keramag, Bette, Kaldewei, Villeroy & Boch, Viegener und Burgbad nicht zum Kreis der Lizenznehmer gehören? Warum?

**Von Bock und Polach:** Es wird auch in der Zukunft eine Anzahl von Herstellern geben, die sich nicht am Projekt Handwerkermarke beteiligen werden. Dies hauptsächlich weil sie derzeit Kernforderungen wie etwa Baumarktastinenz – nach unserer Beob-

achtung – nicht erfüllen. Das System ist aber offen und wir gehen davon aus, das sich weitere maßgebliche Firmen für die Aufnahme in den Handwerkermarkenpool bewerben werden. Es besteht aber selbstverständlich kein Beteiligungszwang. Wir respektieren die Entscheidung von Firmen, die nicht unser Vertragspartner sein wollen.

**SBZ:** Die gleichen Firmen haben ein Gutachten in Auftrag gegeben aus dem letztlich hervorgeht, daß die Handwerkermarke juristisch angreifbar ist. Können Sie das Qualitätssiegel trotzdem einführen?

**Von Bock und Polach:** Ja! Zuerst aber sollten wir feststellen, daß wir dieses Gutachten nicht bestellt haben. Es ist jedem unbekannt in Deutschland Gutachten in Auftrag zu geben und häufig fallen Gutachten je nach Auftrag aus. Juristisch beinhaltet das Gutachten für uns keine neuen Erkenntnisse. In der Bewertung liegt der Unterschied. So stellen wir leider fest, daß die Bewertungen vielfach auf Mutmaßungen und Unterstellungen beruhen, die nicht Glaubhaft gemacht werden können.

**SBZ:** Offensichtlich ist hier eine Konfliktsituation entstanden. Ich kann mir aber nicht vorstellen, daß diese Firmen sich kontraproduktiv zu ihrem Kunden, dem Handwerk verhalten?

**Von Bock und Polach:** Da haben Sie eigentlich Recht, deshalb wundern wir uns auch über das Verhalten dieser Hersteller. Im übrigen haben wir die besagten Firmen eingeladen, diese Dinge anlässlich einer Veranstaltung am 6. 12. 1999 in München gemeinsam mit uns zu diskutieren. Gerade die, die hinter unserem Rücken agieren und jetzt am lautesten poltern, glänzten dort durch Abwesenheit. In diesem Zusammenhang möchte ich darauf hinweisen, daß wir es im Sinne einer positiven Marktpartnerschaft nicht angemessen finden, über bestellte Gutachten Politik gegen die Interessen des Handwerks zu machen.

**SBZ:** Welche Kontrollmechanismen bestehen? Welche Sanktionen gibt es bei Vertragsverletzungen?

**Von Bock und Polach:** Um den Weg der Ware zurückverfolgen zu können, besteht eine Kennzeichnungspflicht, ähnlich der Produktbeobachtungspflicht im Rahmen der gesetzlichen Produkthaftung. Bei Vertragsverletzungen ist eine Vertragsstrafe vorgesehen bis zum Entzug der Lizenz.

**SBZ:** Was heißt hier Vertragsverletzung. Gipfelt diese Formulierung nicht in einem „Schwarzer Peter“-Spiel bei dem die Hersteller unschuldig die Hände heben und sagen „Ich habe ja nur an den Großhandel geliefert“?



## Kriterien der Handwerkermarke

- ① Es muß sich um eine bundesweit verfügbare, eingeführte Industriemarke handeln
- ② Gewährleistungsvereinbarung für fehlerhafte Produkte
- ③ Strikte Einhaltung des professionellen Vertriebswegs
- ④ Produktkennzeichnung zur Rückverfolgbarkeit des Distributionswegs
- ⑤ Sicherstellung einer kostenneutralen Entsorgung bei Nutzungsende
- ⑥ 10jährige Ersatzteilsicherung nach Einstellung der Serie
- ⑦ 10jährige Nachkaufgarantie nach Auslauf der Serie
- ⑧ Die Lieferzeit an den Großhandel ist bei norm- und lagergängigen Produkten auf Wunsch innerhalb von 48 Stunden möglich (Mehraufwand = Mehrkosten)
- ⑨ Ersatzteilversand bei norm- und lagergängigen Produkten auf Wunsch innerhalb von 48 Stunden möglich (Mehraufwand = Mehrkosten)
- ⑩ Aufrechterhaltung bestehender verbindlicher Endverbraucherpreisempfehlungen (Bruttopreislisten) fürs Handwerk
- ⑪ Aufrechterhaltung bestehender verbindlicher Endverbraucherpreisempfehlungen (Bruttopreise) für Ersatzteile
- ⑫ Bundesweiter Kundendienst mit einer Reaktionszeit (werktags) von 24 Stunden (Heizung) bzw. 48 Stunden (Sanitär)
- ⑬ Technische Beratung und Planungshilfe
- ⑭ Permanente Schulung
- ⑮ Prospekte gemäß den Layoutvorgaben der Handwerkermarke
- ⑯ Einbeziehung der Handwerkermarke in das firmeneigene Kommunikationskonzept

**Von Bock und Polach:** Der Hersteller hat sicherzustellen, daß die Handwerkermarke über den vereinbarten Absatzweg zum Kunden kommt. Er hat dafür die notwendigen organisatorischen Voraussetzungen zu schaffen.

**SBZ:** *Wer entscheidet über eventuelle Sanktionen?*

**Von Bock und Polach:** Wir haben einen Beirat mit Vertretern aus Handwerk, Handel und Industrie gebildet. Dieser Beirat ist Beschwerdeinstanz in allen Fragen von Vertragsverletzungen, die vom Lizenzgeber geahndet werden.

**SBZ:** *Von welchen Dimensionen sprechen wir eigentlich? Was denken Sie, wie groß kann der Anteil der Handwerkermarke am Produktumsatz werden?*

**Von Bock und Polach:** Wir haben hier keine Vorgaben. Die Handwerkermarke ist ein Angebot, den Rest regelt der Markt. Wir gehen aber davon aus, daß die Handwerkermarke, aufgrund ihrer handfesten Vor-

teile, bereits in absehbarer Zeit nennenswerte Umsätze macht.

**SBZ:** *Können sich auch kleinere Hersteller eine solche Lizenzierung überhaupt erlauben? Wie hoch sind die Kosten für die Registrierung?*

» Die Handwerker-  
marke ist ein  
Angebot, den Rest  
regelt der Markt «

**Von Bock und Polach:** Die Kosten stellen sicherlich keinen Hinderungsgrund dar. Die Lizenzgebühr liegt im vierstelligen Bereich. Hinzu kommt eine jährliche Nutzungspauschale in etwa gleicher Größenordnung. Das Geld wird für die Errichtung und Vermarktung der Handwerkermarke eingesetzt.

**SBZ:** *Wollen Sie die Handwerkermarke auch bei den Endverbrauchern bewerben?*

**Von Bock und Polach:** In erster Linie wird die Berufsorganisation dem Handwerk die damit verbundenen Vorteile näher bringen. Da das Handwerk laut Befragung die Handwerkermarke zu über 90 % will, wird der ZVSHK als Lizenzgeber die Idee und das Konzept durch Marketing und PR bekannt machen. Wir beabsichtigen eine Punktlandung bei der Zielgruppe, dem Handwerk. Den Endkunden halten wir natürlich auch bei diesem ersten Step im Auge. Er soll ja letztlich der Nutznießer des ganzen sein. Zudem werden die Industriepartner über ihre Informationswege die beteiligten Fachkreise in Kenntnis setzen.

**SBZ:** *Wann sind die ersten Handwerkermarken auf dem Markt?*

**Von Bock und Polach:** Im Februar 2000 werden die ersten Produkte mit den Handwerkermarken-Zeichen auf dem Markt und auch auf den Frühjahrmessen in Essen, Nürnberg und Berlin zu finden sein. □