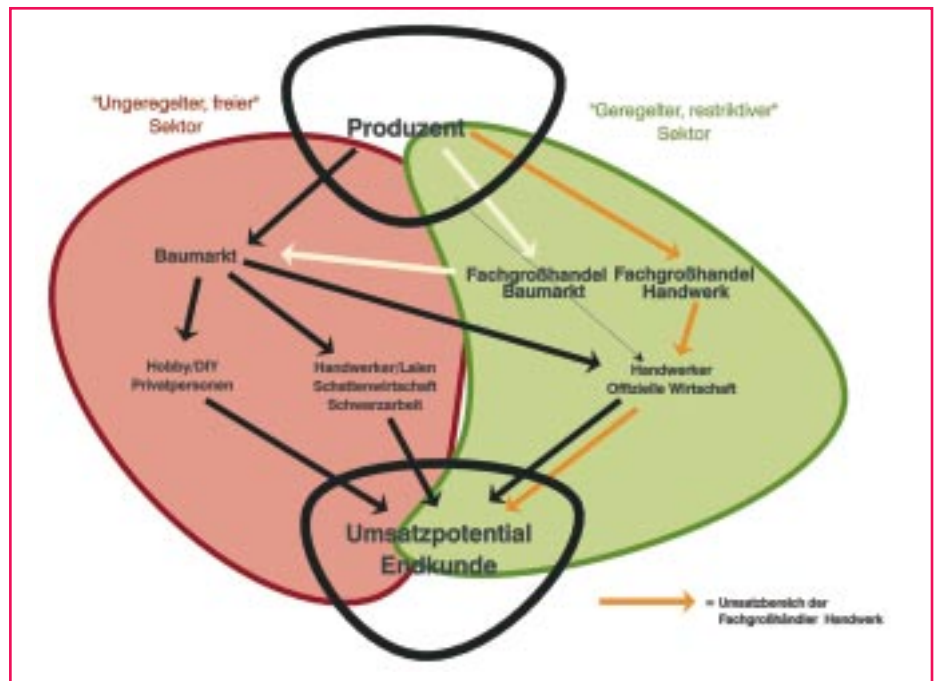


Vermittlung durch den Baumarkt

Handwerk auf Abwegen?

Udo Krause*

Mit speziellen Angeboten und der Vermittlung von Handwerkern versuchen Baumärkte zunehmend Fachbetriebe an sich zu binden. Welche Gefahren sich dabei für den traditionellen Vertriebsweg – speziell für vertriebswegstreuere Großhändler – ergeben, untersuchte die Agens-Studie. Neben einer Status-quo-Analyse beleuchtet sie die Handwerkervermittlung aus Baumarkt- und Handwerkersicht.



Warenfluß im deutschen Bau- und Heimwerkermarkt

U nmerklich und leise hat sich in letzter Zeit die Markt- und Wettbewerbssituation um den Fachgroßhandel verändert. Immer mehr Baumärkte gehen dazu über, in ihr Serviceangebot eine Handwerkervermittlung zu integrieren. Die traditionelle Bindung der Handwerker an den Fachgroßhandel wird so mehr und mehr aufgebrochen. Im extremsten Fall kann dies dazu führen, daß der Handwerker seine Materialien nur noch über den Baumarkt bezieht und seine Kunden zur Auswahl in den Baumarkt schickt oder die Kunden dem Handwerker eine Liste mit konkreten Materialwünschen aus dem Baumarkt überreichen, die für ihn bindend ist. Ein solches Extremszenario hätte existenziell bedeutende Konsequenzen für den vertriebswegstreuen deutschen Fachgroßhandel. Die Schlüsselfragen, die sich in diesem Zusammenhang für alle Beteiligten stellen, sind also: Welche Bedeutung hat die Hand-

werkervermittlung heute schon? Wie könnte sie sich entwickeln? Und welche Akzeptanz findet dieser Service bei den Handwerkern?

60 % vermitteln unter der Hand

Die Ergebnisse der Agens-Studie weisen darauf hin, daß seitens der einzelnen Baumarktketten bisher keine einheitliche Linie hinsichtlich der Handwerkervermittlungen verfolgt wird. Vielmehr liegt es in der Regel in der Entscheidung des einzelnen Baumarktes, ob und in welcher Form eine Handwerkervermittlung durchgeführt wird. So fand sich in dieser Studie auch keine Baumarktkette, in der alle zugehörigen Märkte eine Vermittlung anbieten. Die Baumärkte sind über die diesbezügliche Praxis der Mitbewerber in der Regel nicht informiert. Ebenso konnten sie die Frage, wie die anderen Baumärkte der eigenen Kette hinsichtlich der Handwerkervermittlung verfahren, nicht beantworten.

Eine experimentelle Vorabbefragung ergab, daß von insgesamt 36 % der befragten Baumärkte eine Handwerkervermittlung angeboten wird. Bezogen auf die Baumarktketten zeigt sich, daß in 64 % der Fäl-

le mindestens von einem der jeweiligen Kette zugehörigen Baumarkt eine Vermittlung angeboten wird. Die Vermittlung der Handwerker erfolgt in 60 % der getesteten Baumärkte „unter der Hand“. Das heißt, es gibt keine offizielle Anweisung Handwerkeradressen weiterzugeben, sondern die Verkäufer helfen dem Kunden von sich aus. In doch immerhin 40 % der Fälle erfolgt die Vermittlung hingegen offiziell. Dabei ist die Art der Vermittlung innerhalb einer Kette nicht unbedingt einheitlich. Von 43 % der getesteten Baumarktketten wird ausschließlich eine Vermittlung „unter der Hand“ vorgenommen, 29 % vermitteln dagegen ausschließlich offiziell und 29 % vermitteln sowohl „unter der Hand“ als auch offiziell. Die experimentelle Vorabbefragung läßt den Schluß zu, daß die Vermittlung in der Regel im Baumarkt selbst erfolgt. Der Kunde wird dazu aufgefordert, in den Baumarkt zu kommen, um dann vor Ort die benötigten Informationen über die Handwerker zu erhalten. In einigen Fällen werden aber auch

* Diplom-Ökonom Udo Krause ist Geschäftsführer des Agens-Team für Informationsmanagement in Wuppertal, Telefax (02 02) 31 11 70, eMail: agens.team@t-online.de

die Telefonnummern der Handwerker weitergeben oder der Kunde kann seine Telefonnummer hinterlassen, damit sich der Handwerker direkt mit ihm in Verbindung setzen kann.

Konkurrenz für den Fachgroßhandel

Weiterhin ging es in der Projektstudie darum, die Einstellung und die Meinung von Baumarktleitern zur Handwerkervermittlung herauszufinden sowie das Ziel dieses Services zu verdeutlichen. Die Ergebnisse der persönlichen Befragung lassen zweifelsfrei eine positive Grundeinstellung zur Handwerkervermittlung erkennen. Und dies nicht nur bei den Probanden, die eine Handwerkervermittlung im eigenen Haus anbieten, sondern auch bei denen, die noch nicht darüber verfügen. In beiden Befragtengruppen wird ein vergleichbares Spektrum an Vorteilen, die die Handwerkervermittlung für den Baumarkt bringt, genannt. Dies sind u. a. bessere Serviceleistungen, die Möglichkeit der Kundenbindung, Erhöhung des Umsatzes und die Möglichkeit neue Kunden zu gewinnen. Auch auf die Frage nach den möglichen Nachteilen stellte sich eine vergleichbare Grundtendenz bei beiden Befragtengruppen heraus. Während fast 60 % der vermittelnden Baumarktleiter mit „keine Nachteile“ antworteten, waren es bei den nicht vermittelnden immerhin auch über 40 % der Befragten, die keine Nachteile erkennen konnten.

Deutlich sieht man auf Seiten der Baumarktleiter die Möglichkeit, über diesen Weg an einen Kundenstamm zu kommen, der bisher dem Baumarkt verschlossen war. Nämlich die Kunden, die sich bisher direkt an den Handwerker gewandt hatten. Außerdem wurde klar, daß das Ziel nicht nur die Bindung der schon vorhandenen Kundengruppen ist, sondern auch darin liegt, den Handwerker als Kunden zu gewinnen. Die Baumarktleiter können sich in diesem Zusammenhang durchaus vorstellen, daß es bei einem sich immer weiter entwickelnden Vermittlungsservice für den Fachgroßhandel zu deutlichen Umsatzeinbußen kommen kann und der Baumarkt auch mehr und mehr zur Konkurrenz für den Fachgroßhandel wird, der sich auf die Handwerkerbelieferung spezialisiert hat. Aber nicht nur auf den Fachgroßhandel kann die Handwerkervermittlung Einfluß nehmen, sondern ebenso auf den Handwerker selbst. Von diesem werde im Rahmen der Handwerkervermittlung eine stärkere Kundenorientierung gefordert.

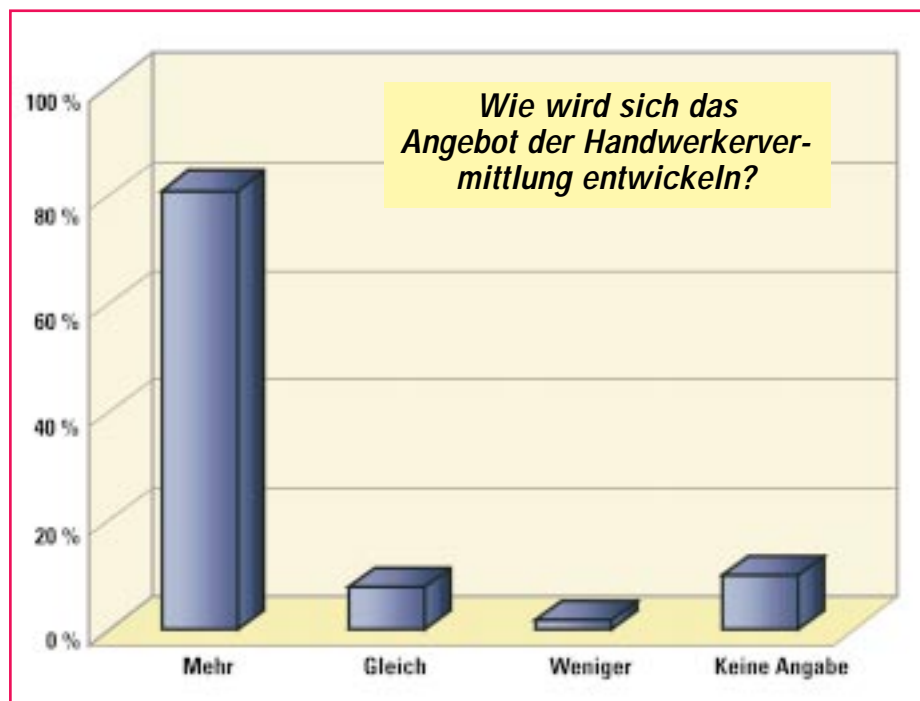
Ziel der handwerkervermittelnden Baumärkte ist es, die Palette der Fachrichtungen so vollständig wie möglich anzubieten, um so dem Motto „Bei uns finden Sie alles unter einem Dach“ gerecht zu werden. Nach Einschätzung der Baumarktleiter werden zukünftig noch deutlich mehr Baumärkte die Handwerkervermittlung ins Programm aufnehmen. Auf Seiten der Baumarktleiter, die bis heute noch keine Handwerkervermittlung anbieten, vertritt eine überwälti-

gende Mehrheit die Meinung, daß sich zukünftig mehr Baumärkte bzw. Baumarktketten finden lassen, in denen dieser Vermittlungsservice angeboten wird. Denn langfristig könnten nur die Baumärkte überleben, die möglichst alle Serviceleistungen, also auch die Handwerkervermittlung, anbieten. Diese Ergebnisse zeigen die Entwicklungsrichtung deutlich auf. Der Handwerker rückt immer stärker ins Interesse der Baumärkte. Bei einem Erfolg der Baumarktbemühungen kann es zu gravierenden Auswirkungen auf den Einfluß und das Selbstverständnis der Fachgroßhändler kommen.

Unerwartet positive Einstellung

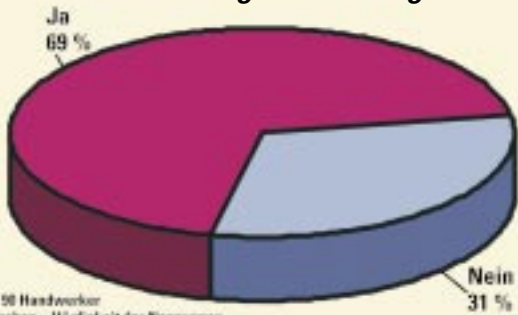
Ein wesentliches Argument, das im Zusammenhang mit den Aktivitäten der Baumärkte von Fachgroßhandelsseite immer wieder zu hören ist, ist die Ansicht, daß die Handwerker mit dem Fachgroßhandel eine feste Verbindung eingegangen sind und die Identifikation mit diesen Lieferanten so groß ist, daß der Handwerker sich diesbezüglich auf keinen Fall umorientieren wird. Außerdem sei das Image des Baumarktes bezüglich der Qualität der Ware und des Lieferservices so schlecht, daß man den Baumarkt nicht als Konkurrent wahrnehmen müsse. Die Resultate der Handwerkerbefragung lassen jedoch andere Schlüsse zu.

Schon die Befragung des Handwerkers als Privatperson bringt erstaunliche Ergebnisse zum Vorschein. Hier spricht der Handwerker von „... nicht von der Hand zu weisenden Vorteilen des Einkaufs im Baumarkt“ und nennt die günstigen Preise als Hauptargument. Man könnte jetzt den Schluß ziehen, daß er den relativ niedrigen Preis durch eine niedrige Qualität relativieren würde. Dem ist aber nicht so. Er beurteilt die Qualität der Waren aus dem Baumarkt als durchaus gut und ausreichend. Bezüglich der Angebotspalette ist er der Meinung, daß sie noch vervollständigbar ist, das Angebot jedoch durchaus als zufriedenstellend bezeichnet werden kann. Ein Problem des Baumarktes sei allerdings die mangelnde Kompetenz des Personals. Sie reiche jedoch durchaus für den Laieneinkauf. Diese doch unerwartet positive Einstellung der Handwerker zum Baumarkt beschränkt sich jedoch nicht nur auf den privaten Einkauf. Auch die Ergebnisse des gewerblichen Interviewteils stützen diese Handwerkeinstellung.



Eine überwältigende Mehrheit der Baumarktleiter geht davon aus, daß zukünftig mehr Baumärkte die überlebensnotwendige Serviceleistung Handwerkervermittlung anbieten

Wird der Baumarkt gewerblich genutzt?



69 % aller befragten Handwerker kaufen laut Agens-Studie gewerblichen Bedarf im Baumarkt ein

Nun, da die Meinung der Handwerker über den Baumarkt nicht so negativ zu sein scheint, wie dies der Fachgroßhandel glaubt, sie vielmehr als durchaus positiv angenommen werden kann, stellt sich natürlich auch die Frage, inwieweit dieses doch relativ gute Image des Baumarktes auch zum Kaufakt führt. Hierzu wurden die Handwerker gefragt, ob sie für den gewerblichen Bedarf im Baumarkt einkaufen.

für den gewerblichen Bedarf im Baumarkt einkaufen, kaufen immerhin 35 % eine Ware, die eine gewichtige Rolle beim Erstellen qualitativ hochwertiger Handwerkerleistungen spielt, nämlich das Werkzeug. Generell, so die befragten Handwerker, seien sie aus beruflicher Sicht mit dem Einkauf im Baumarkt zufrieden. Eine Steigerung der Zufriedenheit und eine Erhöhung des Einkaufs könne durch einen besseren Liefer-

Und auch diese Frage führt zu einem erstaunlichen Ergebnis: 69 % aller befragten Handwerker kaufen für ihren gewerblichen Bedarf im Baumarkt ein. Ganz unabhängig von der Menge und Art der eingekauften Waren, kann hier von einer Hemmschwelle, wie sie der deutsche Fachgroßhandel bei den Handwerkern entdeckt haben will, keine Rede sein.

Selbst die Analyse der gekauften Waren läßt keinen argumentativen Ausweg zu. Von den Handwerkern, die

service und gesonderte Zahlungsbedingungen sowie durch eine bessere Schulung des Verkaufspersonals durchaus noch erreicht werden. Nach der Umfrage sehen Handwerker die Einkaufsquote in den Baumärkten für die Zukunft „auf jeden Fall“ steigen. Die Handwerkervermittlung der Baumärkte wurde von den Befragten als Chance und Vorteil – sowohl für den Baumarkt als auch für die Handwerker – eingeschätzt. 83 % bewerteten diesen Service der Baumärkte zwischen der Schulnote 1 und 3 während 18 % diesem Service die Note 4 bis 6 gaben.

Restimierend läßt sich feststellen, daß die deutschen Handwerker ein durchaus positives Verhältnis zum Baumarkt haben. Sowohl privat als auch gewerblich wird das Angebot des Baumarktes genutzt. Die Handwerkervermittlung wird von den Handwerkern durchaus akzeptiert. Eine weitere Serviceanpassung der Baumärkte an den Handwerker läßt vermuten, daß eine stärkere Bindung der Handwerker an den Baumarkt die Folge sein wird. □