

Online-Verkauf: Heizungs-, Sanitär- und Solarartikel für Heimwerker

Spagat mit Perspektiven

Von Industrie und Großhandel wurde es schon lange nachdrücklich gefordert: Jetzt wurde ein südwestdeutscher Handwerksbetrieb mit einem professionellen eCommerce-System in Sachen Einzelhandel im Internet aktiv. Warum es trotzdem Knatsch mit Vertriebswegspartnern und Kollegen gab, wie die neuen Lösungsansätze aussehen und wie auch andere Handwerksbetriebe davon profitieren können, lesen Sie auf den folgenden Seiten.

Aufgrund täglicher, meist negativer Sensationsmeldungen in der Presse, ist das Internet vielen SHK-Handwerksbetrieben noch suspekt. Große Unternehmen und Konzerne lassen sich davon scheinbar weniger beeindrucken und haben das Netz der Netze längst als neues Marketinginstrument mit ungeahnten Möglichkeiten für sich entdeckt. So sind z. B. Baumarkt, Direktvertreiber, Versandhandel und Co. – auch mit SHK-Markenprodukten – schon sehr aktiv im eCommerce. Und das, mit stattlichen Controlling-Abteilungen im Hintergrund, sicher nicht nur zum Selbstzweck. Dabei ist das doch gar nicht die Unternehmensgruppe, die am meisten Nutzen aus dem neuen Medium ziehen kann.

Mit – zumindest im Vergleich zu einer repräsentativen Badausstellung in guter Innenstadtlage oder einem nur halbwegs kompletten Fachmarkt auf der grünen Wiese –

* Gassmann GmbH, Beethovenstr. 15, 77743 Neuried-Schutterzell, Telefon (0 78 08) 76 23, Fax (0 78 08) 79 23, eMail: gassmannmbh@t-online.de, Internet: www.gassmann-heizung.de



Schon auf der „normalen“ Homepage weist ein Werbeaner mit Laufschrift im separaten Browserfenster auf den Online-Verkauf hin

relativ bescheidenen Mitteln, können gerade kleinere Firmen wie Handwerksbetriebe durch eine professionelle Homepage im Internet ebenbürtig neben großen Konzernen gegenüber dem Endkunden auftreten. Also eine echte Chance, Marktanteile im schon lange verloren geglaubten Kampf „Hinterhof-Fachmarkt gegen Baumarkt in 1a-Einkaufslage“ zurückzuerobern. Weitere Vorteile eines solchen virtuellen Verkaufsräumchen sind z. B. generell niedrigere Unterhaltskosten, ein Imagegewinn, die Erschließung neuer Kundengruppen sowie eine unbestreitbar bessere Zahlungsmoral der Kunden. Denn während anderswo noch dem Volkssport gefrönt wird, Handwerkerrechnungen monatelang liegenzulassen und dann noch Abzüge vorzunehmen, ist im Internet die Zahlung per Vorauskasse, Kreditkarte, Bankeinzug oder Nachnahme wie selbstverständlich akzeptiert.

Neues Online-Standbein

Diese nicht von der Hand zu weisenden Argumente hat im Juli letzten Jahres auch die im baden-württembergischen Neuried-Schutterzell bei Lahr ansässige Gassmann GmbH* für sich entdeckt. Zu diesem Zeitpunkt entschloß sich Jürgen Gassmann, Chef des 1989 gegründeten 12-Mann-Handwerksbetriebes für Heizung, Sanitär und Blechnerei, neben der „normalen“ Homepage gemeinsam mit einer professionellen Internetagentur ein Online-Shoppingsystem zum Vertrieb von SHK-Markenartikeln für Heimwerker zu entwickeln und zu instal-

lieren. Nach zahlreichen durchwachten Nächten, intensiver Arbeit auf Kosten des konventionellen Betriebes, diversen Abstimmungsgesprächen und um rund 30 000 Mark ärmer, ging der 38jährige Meister mit seinem virtuellen SHK-Fachmarkt unter www.gassmann-heizung.de dann am 3. Februar diesen Jahres erstmals ans Netz.

Was er in diesen gut sechs Monaten geschaffen hat, kann sich sehen lassen: Neben ausführlichen Informationen über den Handwerksbetrieb, seine Mitarbeiter, den Service und das Fachangebot auf den Gebieten Heizung, Sanitär, Solar, Kaminsanierung, Blechverarbeitung und Kundendienst, sind auch interessante Daten zu staatlichen und kommunalen Förderprogrammen, Finanzierungsmöglichkeiten, technischen Hintergründen, Umweltaspekten sowie Links zu weiterführenden Informationen vorhanden. Außerdem gibt es ein interaktives Frage- und Antwortsystem (FAQ) sowie last but not least den Heimwerkershops. In ihm können Endverbraucher, getrennt nach den Sparten Heizung, Sanitär, Solar, Klima und barrierefreies Wohnen, im Rahmen des traditionellen Vertriebswegs bundesweit per Mausclick rund eine halbe Million Markenartikel zur Auslieferung innerhalb von zwei bis drei Tagen

Sorgen für Wirbel in der Branche: Jürgen Gassmann mit seinem SHK-Online-Shop



ordern (ab 200 DM kostenlos). Das Serviceangebot reicht von einem Gewinnspiel über DIY-Bücher und ein Montagevideo, bis hin zu Komplett-Sonderangeboten, z. B. von Solaranlagen oder Öl-Heizzentralen. Bezahlt wird im voraus oder per Kreditkarte.

Eisiger Gegenwind

Insgesamt also ein in diesem Umfang im Internet bisher wohl einmaliges Angebot, mit dem ein Handwerksbetrieb innerhalb des dreistufigen Vertriebswegs – wie von Industrie- und Großhandelsseite übrigens massiv eingefordert – den aktiven Einzelhandel mit Markenartikeln gegenüber Endkunden forciert. Und das auch noch mit Erfolg, wie rund 6000 Zugriffe mit ca. 70 000 Seitenaufrufen in den ersten zwei Monaten belegen. Also alles zum besten – sollte man zumindest meinen. Dem war aber mitnichten so. Vielmehr blies Gassmann, kaum mit seinem Shop im Netz, ein eisiger Wind von Kollegen und Lieferanten entgegen. Was war geschehen? Nun, mit seinem strikt zukunfts- und marktorientierten Blick nach vorne hatte er den Blick in den Rückspiegel vergessen und sich prompt in den Ösen und Haken des dreistufigen Vertriebswegs-korsetts verheddert.

Zum einen wurde Gassmann vorgeworfen, als vorgeschobene Verkaufsstelle der GC-Großhändler zu fungieren. Dabei hatte er nach Gesprächen mit ebenfalls interessierten anderen überregionalen Großhandelsgruppen nur die rund 280 bundesweiten GC-Niederlassungen zu Auslieferungszwecken nutzen wollen. Nicht nur, weil sein Hauslieferant Pfeiffer & May, Offenburg, zu dieser Gruppe gehört, sondern auch weil das Leistungsprofil am ehesten zu den Anforderungen seines Internet-Shops paßt, wie Gassmann glaubhaft versichert. Schön, vielleicht hätte er das nicht so groß auf seinen Internetseiten erwähnen müssen. Aber spätestens seit die GC-Gruppe unter massivem Vertriebswegdruck einen Rückzieher gemacht und die überregionale Belieferung eingestellt hat, dürfte dieser Vorwurf vom Tisch sein. Um solche Gerüchte erst gar nicht mehr aufkeimen zu lassen, lieferte Gassmann, trotz anderer Großhandelsketten, die gerne in die vielversprechende Bresche springen würden, außerhalb seines Verkaufsgebietes per überregionalem Paketdienst.



Umweltbewußte Surfer: Komplettpakete zum Thema alternative Energien laufen derzeit am besten im Online-Shop

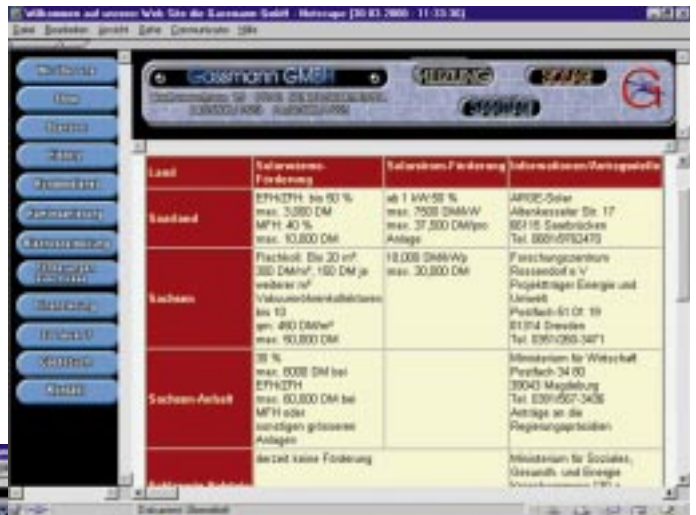
Auf einer FAQ-Seite bekommen die Nutzer ausführliche Anleitungen und Antwort auf ihre Fragen zum Online-Shop





Jürgen Gassmann: » Es muß doch möglich sein, auch innerhalb des traditionellen Vertriebswegs aktiven Einzelhandel mit Markenprodukten im Zukunftsmarktplatz Internet zu betreiben «

Außerhalb des Shops gibt's auf der Homepage zahlreiche Informationen zu Förderprogrammen ...



... und technisches Hintergrundwissen



Der zweite Punkt, über den Gassmann straukelte und von dem er bei bester Vorsicht nichts wissen konnte, war die – vorsichtig ausgedrückt – leicht heterogene Kalkulationspraxis des bundesdeutschen Großhandels. Zwischen Berlin, Hamburg, Frankfurt und München gibt es nämlich einige Preistäler bzw. -berge. Und das nicht nur beim Bruttopreis oder auf große Entfernungen. Auch Distanzen unter 100 km zwischen Firmensitzen können schon mal einige Prozent im Einkauf ausmachen. So läßt sich auch erklären, warum der eher in einem Preistal angesiedelte Gassmann trotz gut zweistelliger Aufschläge auf seinen Einkaufspreis massiv von Kollegen in anderen Teilen Deutschlands angegangen wurde, er würde zu Dumpingpreisen unter ihrem Einkauf vertreiben.

Der Kompromiß

Mit solchen Vorwürfen konfrontiert und in der festen Überzeugung, daß das Spagat zwischen aktivem Einzelhandel im Zu-

kunftsmedium und traditionellem Vertriebsweg realisierbar ist, machte sich Jürgen Gassmann an den Feinschliff seines Internetkonzeptes. In ausführlichen Gesprächen mit Lieferanten, der Internetagentur und dem FVSHK Baden-Württemberg entstand so ein neues Modell, mit dem die Gassmann GmbH zwar einiges von ihrem Marktvorsprung abgibt, von dem aber andere Handwerksbetriebe bzw. die gesamte SHK-Branche profitieren können.

Es sieht vor, den Gassmann'schen Internet-Shop unter einer neugegründeten GmbH als Franchisesystem mit Gebietsschutz zu Monatsgebühren ab 300 Mark auch anderen SHK-Handwerksbetrieben zur Verfügung zu stellen. Diese können dabei in Stufen wählen, ob sie nur den Shop,

quasi als leeres eCommerce-System zur eigenen Bestückung, haben und in ihre vorhandene Homepage integrieren wollen, den Shop von Gassmann pflegen lassen, den kompletten auf ihren Betrieb angepaßten Gassmann-Internetauftritt in verschiedenen Layouts übernehmen oder sich zusätzlich spezielle Seiten rund um den Shop maßschneidern lassen. Für die letzteren Varianten werden natürlich ein paar Mark mehr fällig.

Egal für welche Version sich die Lizenznehmer entscheiden, sie sind grundsätzlich frei in der Wahl ihrer Bezugsquelle, ihres Partners für die Auslieferung, ihrer Kalkulation sowie ihres angebotenen Produktportfolios. Somit können sie gezielt auf spezielle Bedürfnisse ihres Unternehmens oder ihrer Region eingehen, eigene Sonderangebote erstellen, Materialien angrenzender Produktbereiche mit aufnehmen oder auf saisonale Nachfragen eingehen. Den Shop

Auch im Internet verkauft sich nichts von selbst: Gewinnspiel und kostenlose DIY-Bücher sollen den Verkauf ankurbeln





**Martina und
Jürgen Gassmann (Mitte vorn)
im Kreise ihrer Mitarbeiter**

kann jeder Franchisenehmer unter seiner eigenen Internetadresse (z. B. www.müller-meier-oder-schulze-haustechnik.de) betreiben. Nichts weist dabei mehr auf die Gassmann-Seiten hin. Zusätzlich werden alle Seiten auf einer überregional in Shop- und Online-Verzeichnissen sowie Endverbrauchermedien beworbenen Homepage, nach Postleitzahl sortiert und eindeutig Anfragen aus dem jeweiligen Gebiet zugeordnet, gelistet.

Für den Internet-Kunden hat dies den Vorteil, daß sein Ansprechpartner bei der Lieferung von SHK-Markenartikeln in akzeptabler Reichweite vor Ort sitzt, der Großhandel kann ohne Bedenken liefern, da der jeweilige Handwerks-

betrieb wie im konventionellen Geschäft Kunden in seinem Einzugsgebiet beliefert und die gesamte Branche kommt – trotz tra-

ditionellem Vertriebsweg – in Sachen aktiver Einzelhandel im zukunftssträchtigen Markt endlich ein paar Schritte weiter, bzw. könnte verlorenen Boden gegenüber Vertriebswegsfremden zurückgewinnen. Allen negativen Sensationsmeldungen zum Trotz ist das Internet also doch irgendwie ein herrliches Medium – auch für die SHK-Branche. □

Liebe SBZ-Leser,

wie stehen Sie zu dieser Form des Einzelhandels? Auch wenn der traditionelle Vertriebsweg in diesem Fall eingehalten ist, wird die Thematik derzeit heiß diskutiert. Was halten Sie davon, könnte das auch was für Sie sein? Schreiben, faxen oder mailen Sie an:

**SBZ-Redaktion
Postfach 10 17 42
70015 Stuttgart
Fax (07 11) 63 67 27 43
eMail: sbz@shk.de**