

SHK-Handwerk im Internet

Spielerei oder Plattform mit Zukunft?

Für den 24. August lud der Förderverein der Sanitärindustrie (FSI) und der FV SHK Nordrhein-Westfalen zum Marketing-Tag 2000 nach Essen ein. Rund 180 Teilnehmer kamen und erfuhren, wo der Zug in Zukunft hinfahren wird. Lesen Sie hier über Marketing von morgen.



Geißdörfer: „Die Anzahl der Handwerksbetriebe, die das Internet für die Unterstützung ihrer Leistungen einsetzen, ist erschreckend gering“

Die Welt ist seit der rasanten Entwicklung des Internet kleiner geworden. Nicht selten wird heute mit Hilfe des PCs eingekauft und gehandelt. Was die Frage aufwirft, in wie weit das Internet auch für den SHK-Bereich von Bedeutung sein wird. Hat der dreistufige Vertriebsweg noch eine Zukunft? Ist es für Handwerksbetriebe überhaupt sinnvoll, sich im Internet zu präsentieren? Kann das Internet für die SHKler nicht nur Schaufenster, sondern Arbeitsgerät sein? Fragen, die auf dem Marketing-Tag von Vertretern der Industrie, des Handels und des Handwerks beleuchtet wurden.

Gemeinsamer Internetauftritt

Klarstellungen, die, so scheint es, längst überfällig waren: „Gemessen an der allgemeinen sprunghaften Entwicklung des Internets ist die Anzahl der Handwerksbetriebe, die das Internet für die Unterstützung ihrer Leistungen einsetzen, nach unseren Erfahrungen er-

schreckend gering“, stellte Dr. Geißdörfer, Hauptgeschäftsführer des Fachverbands NRW, einleitend fest. Aufgabe des Fachverbands sei es nunmehr, den Mitgliedsbetrieben Unterstützung bei der sinnvollen Nutzung des Internet zu geben, sich an der Entwicklung neuer Standards zur effektiven Nutzung zu beteiligen und vor Fehlentwicklungen zu warnen. Gerade weil das Internet chaotisch aufgebaut ist, haben Handwerksbetriebe kaum eine Chance im Netz gefunden zu werden, geschweige denn aufzufallen. Daher müsse man, so Geißdörfer, die Kräfte bündeln und gemeinsam im Internet auftreten. Hierzu bereitet der Fachverband einen eigenen Server vor, der voraussichtlich ab Oktober unter der Adresse www.SHK-Expert.de anwählbar sein wird. Dies als Kommunikationsplattform für Mitgliedsbetriebe und Fachverband, aber auch als Zugangsplattform für Betriebe zum Internet schlechthin.

Der Kunde möchte Freund statt König sein

Noch haben die Internetmuffel unter den Handwerkern klar die Oberhand. Und die Argumente sind durchaus nachvollziehbar. Was hat schließlich der regional arbeitende Sanitär- und Heizungsbetrieb aus Recklinghausen davon, wenn jemand in San-

Francisco sein Angebot kennt? Und vor allem: Die handwerkliche Leistung kann es schließlich nicht online geben, da ist der Einsatz im Kundenhaus gefragt. Genau das sieht Katja Weingartz als eine der Sicherungen des Handwerks. Die Unternehmensberaterin machte in ihrem kurzweiligen Vortrag zum Thema „Kundenorientierung und Kundenbindung“

darauf aufmerksam, daß sich der Kundentyp verändert hat. Der Großteil der Kunden wolle heute nicht mehr „der König sein“, sondern von seinem Handwerker als Freund behandelt werden. Für das Handwerker-Marketing der Zukunft heiße das, die Vorlieben und Eigenarten dieses Kundentyps viel stärker zu berücksichtigen. Konkret: Mehr Sozialkompetenz zeigen, Geborgenheit und Wärme geben und dem Kunden durch mehr Sinnhaftigkeit und mehr Identifikationsmöglichkeiten Sicherheit vermitteln. Daraus folge, so Weingartz, das die eigentliche handwerkliche Leistung gar nicht so entscheidend für die Handwerkerwahl des Kunden sei. Denn einwandfreie Arbeiten erwartet man von einem Fachbetrieb als Selbstverständlichkeit. Worauf es ankommt, sind die zwischenmenschlichen Beziehungen und die Service-Extras, die der Betrieb bietet. Das muß dazu führen, daß der Kunde nicht sagt „da habe ich den Installateur gerufen“, sondern den Namen des Unternehmens nennt. Nur wenn das erreicht wurde, ist der Betrieb im Verständnis des Kunden nicht mehr einfach austauschbar. Der Handwerksbetrieb ist zur Marke geworden, da der Kunde mit die-

sem Unternehmen besondere Leistungen verbindet. Hierzu kann es auch zählen, daß sich die Klientel gerne ein Bild vom Unternehmen macht, von den Mitarbeitern, den Räumlichkeiten. Und genau das ermöglicht das Internet.

Kunde fixiert online den Wartungstermin

Längst zur Marke avanciert ist der Betrieb der Gebrüder Steffen aus Alsdorf, dessen Internet-Philosophie Rolf Steffen den Tagungsteilnehmern näherbrachte. Internet bedeute, so Steffen, Aufträge online, Rechnungen online, Kundenkommunikation online, Stammdatenpflege online und in Zukunft sogar eine



Katja Weingartz empfiehlt dem Unternehmer, aus seinem Handwerksbetrieb eine Marke zu machen

GPS-gesteuerte Kontrolle und Lenkung der Kundendienstmonteure. Wichtig sei es, das Internet mit der Gesamtheit der sich daraus auch in Zukunft ergebenden Möglichkeiten, schon jetzt in die Unternehmensplanung einzubinden. Dabei darf es an Pioniergeist nicht fehlen. So kann der Steffen-Kunde schon heute per Internet seinen Wunschtermin für die Heizungswartung aussuchen und selbst festlegen. „Er macht noch

ein paar Angaben dazu und schon kommt ein vom Kunden geschriebener Auftrag bei uns an," freut sich Steffen. Besonders Wohnungsgesellschaften nehmen diesen Service sehr gut an, da sie auf diese Weise ihrem Mieter sofort sagen können, ob der Termin klargeht oder nicht. Nächstes Ziel im Hause Steffen ist es, daß der Kunde sich das Angebot für die Heizungsmodernisierung selber erstellt. Durch Fragen wird erfaßt, was der Kunde benötigt, der Rechner ermittelt drei Ausführungsvarianten mit unterschiedlichen Angebotspreisen. Dann muß der Kunde nur noch anklicken und Steffen kommt zum Kesseltausch.

Daß die Zukunftsvisionen des Alsdorfer Unternehmens nicht übertrieben sind, untermauert IKZ-Redakteur Günther Klauke mit Zahlen. Seinen Ausführungen nach, liegt der Altersschwerpunkt der Internet-Nutzer zwischen 20 und 39 Jahren. Und selbst die über fünfzigjährigen sind mit 12,4 % des deutschen Internet-Nutzer-Potentials vertreten. Damit steht fest, daß die Hausbesitzer als Zielgruppe des Handwerks online erreichbar sind. Ein Zusatzgeschäft läßt das Internet für die SHK-Branche nicht entstehen, aber die Vielfalt

der Informationen wecken Wünsche bei den Kunden.

Gefahren erkannt

Noch liegt der Schwerpunkt des Verkaufs im Internet z. B. bei Büchern und Musik-CDs. Ob es in Zukunft dabei bleibt, ist fraglich. Michael von Bock und Polach, Hauptgeschäftsführer des Zentralverbandes Sanitär Heizung Klima, sieht die Gefahr einer Markttransparenz, die zu Direktlieferung und damit auch zur Auflösung der traditionellen Vertriebswege führen kann. Von Bock und Polach: „Handwerk und Handel haben die Gefahr erkannt. Spielregeln sind nötig.“ Dr. Peter Noé, Vorsitzender der Geschäftsführung des Essener Fachgroßhandels Schulte, sieht denkbare Risiken in einer Direktbelieferung des Handwerks von der Industrie oder in einem Auktionshandel, den Großhandel und Industrie entfachen könnten. Da hier aber die Systemleistung zähle, sei das eher unwahrscheinlich. Und die Bemühungen von branchenfremden Internethändlern in den Markt zu kommen seien fruchtlos, da diese versuchten, das Handwerk in einem einzigen Schritt zum Online-Handel zu bewegen. Und gerade das, ma-



Nahmen sich des Themas Internet aus verschiedenen Sichtweisen an: Konrad Werning, Dr. Peter Noé, Michael von Bock und Polach, Rolf Steffen und Günther Klauke (v.l.)



che das Baugewerbe nicht mit. Auch Konrad Werning, Geschäftsführer der Arge Neue Medien, sieht keinen Grund zur Panik. Er zeigte sich überzeugt, daß sich der klassische Vertriebsweg auf das Internet verlagern wird. Wichtig sei, so Werning, vor allem die Geschlossenheit und die ständige Abstimmung unter den Marktpartnern.

Das Fazit des Marketing-Tages kann man wohl auf folgenden Nenner bringen: Das Internet bietet für das SHK-Handwerk, dem Handel und der Industrie wesentlich mehr Chancen als Risiken. Außerdem werden viele Teilnehmer die Tagung mit der Erkenntnis verlassen haben, daß auch der Handwerker am Internet nicht mehr vorbeikommt. JS

Innung Mettmann Neuwahlen und Ehrungen

Auf ihrer letzten Innungsversammlung wählten die Mitglieder der Innung für Sanitär- und Heizungstechnik des Kreises Mettlach Adolf Körner aus Hilden zum neuen Obermeister. Seine Stellvertreterin wurde Dagmar Krickl aus Velbert. Sie lösten Kornelius Reismann, Hilden, und Julius von Felbert, Vel-



Der neu gewählte OM Adolf Körner (M.) überreichte seinem Vorgänger Kornelius Reismann (l.) die Silberne und dem bisherigen Stellvertreter Julius von Felbert die Bronzene Medaille der Hwk Düsseldorf

bert, ab, die zwölf Jahre lang das Führungsduo der Innung bildeten und nicht mehr für eine Neuwahl kandidierten. Für ihre langjährige ehrenamtliche Tätigkeit für die Berufsorganisation wurde Reiser zum Ehrenobermeister ernannt. Neu im Innungsvorstand sind außerdem Jürgen Hörner aus Hilden und Christian Lange aus Langenfeld. Als Lehrlingswart wurde Peter Schönepauck aus Langenfeld gewählt.