

ISH als Ideengeber gegen Umsatzrückgänge

# Von Messeskat und Mauern

Wer in diesen Tagen etwas Erfreuliches berichten will, tut sich in Anbetracht der jüngsten Umsatzentwicklungen schwer. Die nachhaltigen Einbrüche im 4. Quartal haben die positive Entwicklung des Frühjahres zunichte gemacht und lediglich zu einem bescheidenen Jahresergebnis geführt. So konnte der Großhandel im Sanitärbereich die Umsätze des Vorjahres gerade mal wieder erreichen. Preisbereinigt bedeutet das aber einen realen Verlust von ca. vier Prozent. Noch schlimmer sieht es im Heizungsbereich aus. Die nominalen fünf Prozent dürften einen effektiven Rückgang von fast neun Prozent bedeuten. Und auch im Januar ist keine Trendwende zu erkennen. Zart keimt das Pflänzchen der Hoffnung, doch leider können wir die weiterhin rückläufige Entwicklung bei den Neubauzahlen nicht beeinflussen. Deshalb gilt es, mit verstärkten Anstrengungen im Renovierungsbereich dem Negativtrend des letzten Jahres entgegenzuwirken. Wie soll das jedoch in der Praxis funktionieren?



Obwohl wir in der SBZ stets die neuesten Entwicklungen im Vermarktungsbereich präsentieren, können wir die aufgezeigten Lösungswege, aufgrund der stark unterschiedlichen Unternehmensstrukturen im Handwerk, nicht auf einzelne Betriebe anpassen. Hier ist jeder Unternehmer selbst gefragt, seine Aktivitäten nach den eigenen Stärken auf den Markt auszurichten. Eine Ideen- und Informationsbörse ist auch die Ende März stattfindende ISH. Fahren Sie nach Frankfurt, nicht nur der Produktneuheiten wegen, sondern um Kontakte aufzufrischen und mit neuen Vermarktungs-ideen wieder nach Hause zu kommen.

Apropos ISH: Böse Zungen behaupten, ich würde nur nach Frankfurt reisen, weil die Duscholux-Show so gut ist, ich dort bereits traditionell den Eröffnungsabend genieße, mich auf dem Hessenabend vergnüge, den Meisterstammtisch besuche, bei Mepa Waffeln futtere, um dann am Freitag mit Freunden aus der Branche noch Skat zu spielen. Im übertragenen Sinne ist sogar etwas Wahres daran. Denn unser so häufig beschworenes und teilweise auch strapaziertes Dreierbündnis lebt in erster Linie von, mit und durch die persönlichen Kontakte. Glücklicherweise sind wir keine Branche, die allein vom Reißbrett

aus gemanagt wird. Das Beziehungsgeflecht des traditionellen Vertriebsweges ist auf vielen persönlichen Verbindungen aufgebaut, die letztlich ein gutes Auskommen der einzelnen Vertriebsstufen sichern. Internet, Telefon und Fax können diesen persönlichen Kontakt erfreulicherweise nicht ersetzen.

Daß die Branche in den letzten Jahren viel kommunikationsfähiger und offener geworden ist, zeigen die Entwicklungen im Großhandelsverband. Noch vor zehn Jahren wäre die in Bonn angesiedelte Interessenvertretung auch als die größte bundesdeutsche „Maurervereinigung“ durchgegangen. Informationen gleich Null. Wer Themen wie Bruttopreislisten und Direktzugang ansprach, wurde als Schmutzkind abgestempelt. Das hat sich erfreulicherweise geändert. Vielleicht hat auch der via Internet erzeugte Druck dazu beigetragen, daß der DG-Haustechnik in den letzten Jahren zu einer relativ offenen und konstruktiven Informationspolitik übergegangen ist. So konnten wir in unserem Gespräch mit dem neuen DGH-Vorsitzenden Dr. Rolf-Eugen König auch weniger angenehme Dinge in aller Offenheit diskutieren. Wenn Sie die aktuelle Sicht des Großhandels zu den Themen Bruttopreislisten, Internet, Rating und Baumarktbelieferer interessiert, sollten Sie unser Interview „Handel im Wandel“ auf Seite 14 nicht versäumen.

Ihr

*Dirk Schlattmann*

Dirk Schlattmann  
SBZ-Redaktion

## ISH-Ticket?

Die ISH findet vom 27. bis 31. März in Frankfurt statt. Hotelzimmer können Sie über die Messevermittlung unter der Telefonnummer (0 69) 21 23 08 08 reservieren, den Messekatalog unter (07 11) 6 36 72 57 bestellen.