

Produktvielfalt nimmt weiter zu

„Blendende“ SHK-Festspiele

Mit ein wenig Wehmut denkt so mancher ISH-Pilger an frühere Veranstaltungen, die nach der Wende gar in Partystimmung gipfelten. Doch Lieferengpässe und Verteilermarkt sind wohl endgültig passé und die in früheren Zeiten mit der ISH einhergehende Aufbruchstimmung wollte auch nicht so recht aufkommen. Denn die Märkte haben sich unwiederbringlich gewandelt. Der Nachholbedarf in den neuen Ländern ist gedeckt, bzw. das Geld ausgegangen. Die Zahl der im letzten Jahr erteilten Neubaugenehmigungen ist noch einmal um 20 % auf 348 500 gesunken. Für dieses Jahr wird im Bundesdurchschnitt mit einem Umsatzrückgang von 5 bis 8 % gerechnet, bevor die SHK-Konjunktur (hoffentlich) wieder leicht anziehen soll.

Vor diesen wenig verheißungsvollen Rahmenbedingungen reisten in der letzten Märzwoche fast 200 000 Besucher nach Frankfurt, um sich für den Wettbewerb fit zu machen. Sicherlich lag der 10%ige Besucherrückgang auch an dem erstmals fehlenden Klimatechnikbereich, der jetzt auf der Light + Building sein neues Zuhause finden soll. Diese Lücke konnte auch der Versuch, die Endverbraucher vermehrt in die Hallen zu locken, nicht schließen.



Was die Fachbesucher in den Messehallen erwartete, konnte sich jedoch sehen lassen. Die Sanitär- und Heizungsbranche hat weder Kosten noch Mühen gescheut, sich anlässlich der weltgrößten Leistungsschau im besten Licht zu präsentieren. Aufwendige Produktinszenierungen und zahlreiche Rahmenveranstaltungen ließen die Besucher schnell in die heile Welt der Produktinnovationen und in eine im doppelten Sinne blendende ISH eintauchen.

Für den, der um den Blick hinter die Kulissen bemüht war, wurde deutlich, daß sich hinter der freundlichen Fassade ein angespanntes Ringen um Umsätze und Marktanteile verbarg. So hat die Zahl der Produkte, die auf dem deutschen Markt plaziert werden sollen, weiter zugenommen. Dies nicht nur, weil ausländische Hersteller in zunehmenden Maße versuchen, auf dem deutschen Markt Fuß zu fassen, sondern weil immer mehr Anbieter die Flucht nach vorn antreten und Umsatzsteigerungen erzielen wollen, indem sie ihr Basissegment um weitere Produktgruppen ergänzen. So ist Hansgrohe bereits seit geraumer Zeit im Badewannen- und Whirlwannenbereich aktiv. Hüppe hat mit dem Duschhandy auf der ISH den Einstieg ins Handduschengeschäft gemacht. Villeroy und Boch bringt via Dornbracht

eigene Armaturen, Wannenträgerspezialist Illbruck will „Komplettanbieter hinter der Fliese werden“ und stellte auf der ISH Vorwandinstallationselemente für den Trockenbau vor. Der Tank- und Fußbodenheizungshersteller Roth liefert jetzt ein Solarpaket und Kermi, klassischer Anbieter von Heizkörpern, überraschte gar mit einem Flächenheizungssystem. Auch die Ankündigung, daß Viessmann künftig als Komplettanbieter rund um die Heizungstechnik das Handwerk direkt versorgen will, sorgte auf der ISH für Aufsehen. Soweit nur einige Beispiele. Wandel und Globalisierung machen auch vor der SHK-Branche nicht halt. Logische Folge: Dieser Trend zum Bereichsfullsortimenter oder Systemanbieter wird den Konkurrenzkampf der Hersteller untereinander weiter verschärfen und bei einigen vermutlich zum Kollaps führen. Das Handwerk hat angesichts immer vergleichbarer werdender Produkte letztlich die „Qual“ der Wahl und kann seine Produktpalette nach individuellen Ansprüchen zusammenstellen. Neben guten Produkten – möglichst mit USP – werden Vermarktungskonzepte sowie eine gemeinsame Endverbraucheransprache immer wichtiger.

Übrigens: Geht es Ihnen eigentlich auch so? Wenn Sie das Messegelände fußmüde und reizüberflutet in Richtung Parkplatz verlassen und die Heimreise antreten, beschleicht viele das unbestimmte Gefühl, trotz eines aufmerksamen Messebesuches wichtige Dinge nicht gesehen zu haben.

Bei 2285 Ausstellern kein Wunder. Doch keine Sorge. Sechs SBZ-Redakteure waren für Sie die ganze Woche in Frankfurt und werden in der gewohnt ausführlichen, nach Produktsegmenten geordneten Berichterstattung in den nächsten SBZ-Ausgaben über alle Messehighlights berichten. Erste Impressionen und Trends finden Sie bereits in dieser Ausgabe. Daß Sie dadurch interessante Anregungen zur Belebung Ihres Tagesgeschäftes bekommen wünscht Ihnen

Ihr

Dirk Schlattmann

Dirk Schlattmann
SBZ-Redaktion

PS: Angesichts der wenig erfreulichen Rahmenbedingungen noch der aufmunternde Spruch einer prominenten TV-Dame: Nur Mut, alles wird gut!