

Was hat eine Messe mit Fußball gemeinsam?

Fußball-Sport treiben kann man aktiv und passiv. Viele fühlen sich am wohlsten, wenn sie beides tun. Es gibt aktive und passive SHK-Handwerksunternehmer. Sich gleichzeitig aktiv und passiv zu verhalten, geht für einen SHK-Betrieb nicht. Aktive Betriebe sind stets auf Ballhöhe. Ob passive Betriebe in dem sich rasant ändernden SHK-Markt auf Dauer bestehen können, ist mehr als fraglich.

Aktive Betriebe wissen dem Trend entgegen zu wirken, daß SHK-Leistungen qualitätsloser werden, weil Zeit- und Terminzwänge sowie Kostendruck immer größer werden und viele am Bau-prozeß Beteiligte dieser Herausforderung nicht mit der Verbesserung der eigenen Organisation sowie kundengerechten Systemlösungen zu begegnen versuchen, sondern mit Billigpreisen und Erbringung von weniger Leistung. Ein solches Verhalten führt in Abseits.

Der Kunde hat sich in den letzten Jahren enorm gewandelt. Er erwartet schlichtweg, daß ihm der Handwerksbetrieb seine Probleme löst. Neben der reinen handwerklichen Leistung, die ohne wenn und aber meisterlich sein muß, will der Kunde mit einer kompletten Dienstleistungspalette umsorgt werden. Wer diesen „neuen“ Kunden mit Methoden aus dem letzten Jahrhundert anpackt, schießt leicht ein Eigentor. Die Betriebe müssen Markttrends nicht nur erkennen, sondern auch aufgreifen. So gilt es z. B. auf der Wellness- und Fitneß-Welle mitzuschwimmen, und zwar obenauf. Es gilt zu erkennen, daß der Markt ganzheitliche und intelligente Lösungen erfordert, und dabei sich der SHK-Bereich immer mehr zum vernetzten High-Tech-Bereich mausert. Das Spielfeld Solar darf auf den Flügeln nicht kampfflos an andere Gewerke abgegeben werden. Und die neue EnEV bietet nur einem gut trainierten Betrieb die Chance, durch den Einbau höherwertiger Technik in der ersten Liga spielen.

Entscheidend für die Auftragserteilung ist nicht der häufig technisch ausgeprägte Vorschlag des SHK-Betriebes, sondern der bedürfnis- und oftmals gefühlsorientierte Wunsch des Kunden. Betriebe, die dem Kunden das Gefühl geben, gut aufgehoben zu sein, und sich zielgruppengerecht spezialisieren, haben die besten Siegeschancen. Die Handwerksbetriebe müssen am Ball bleiben. Sie müssen nicht nur mehr wissen als der Kunde, sondern dieses Know-how bereits beim ersten Kundenkontakt vermitteln. Wer besser informiert ist, kann auch den Kunden im positiven Sinne besser führen. Die Qualität von Informationen bzw. der Informativitätsvorsprung entwickeln sich immer mehr zum strategischen Wettbewerbsfaktor.

Wo können solche Informationen optimaler als auf einer SHK-Fachmesse wie der IFH/Intherm in Nürnberg abgerufen werden? Dort gibt es breitgestreute, praxisorientierte Informationen in den Bereichen Sanitär, Heizung, Klima und Klempnertechnik sowie über Werkzeuge und Arbeitsmittel. Dort gibt es hochwertige Informationen über Markttrends, neue Produktentwicklungen und Verarbeitungsmethoden. Dort werden neue Strömungen beim Design gezeigt. Und dort kann man einen Blick in Zukunftsfelder wie Gebäudemanagement werfen. Und all diese Informationen bietet die IFH/Intherm in kompakter Form und übersichtlich an einem Ort. Fazit: Wer auf die Messe einläuft, dem wird eine Steilvorlage geliefert, verwandeln muß er diese jedoch selbst. Die IFH 2002 ist für aktive SHK-Handwerksbetriebe ein Pflichttermin. Die Kür folgt dann zu Hause. Auf geht's: vom 10. bis 13. April in die IFH-Arena nach Nürnberg.



Dr. Hans-B. Klein
Fachverband SHK Baden-Württemberg

