

Selten war die Lage so schwierig wie heute, selten die Stimmung so niedergeschlagen. Zum wiederholten Male in Folge sind die Umsätze von Handwerk, Handel und Industrie im deutschen Markt rückläufig. Und die Aussichten für das noch junge Jahr sind alles andere als ermutigend. Ein Minus von „nur“ 5 % am Jahresende 2003 bezeichnen momentan viele schon als positive Überraschung. Einer Reihe von Firmen geht die Arbeit aus, die Margen stehen unter Druck. Manager, die unsere Branche prägten, werden abgelöst oder ziehen sich zurück. Unternehmen, die Sanitärgeschichte geschrieben haben, verschwanden von der Bildfläche. Nun sollen es die Verbände richten. Besondere Anstrengungen werden von unserem Dachverband, der Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) erwartet. Jeder Unternehmer und Manager jedoch ist und bleibt zunächst selbst verantwortlich für seine Firma und die in ihr beschäftigten Menschen. Er irrt, wenn er meint, für die schwierige Lage seines Unternehmens mehr oder weniger ausschließlich die Politik, die Banken oder gar die Verbände verantwortlich machen zu können.

Dennoch vermag die VDS eine Menge zu leisten. Es gilt die oft auseinanderdriftenden Einzelanliegen von Handwerk, Handel und Industrie zu bündeln, das Gesamtinteresse der Branche zu formulieren und kompetent zu vertreten. Und dies mit der klaren Aufgabenstellung, die Wettbewerbsfähigkeit des professionellen Vertriebsweges zu stärken, ihn unschlagbar zu machen. Dazu muß aber bei Handwerk, Handel und Industrie der Endkunde, der unsere Produkte und Dienstleistungen kauft, in den Fokus unserer Überlegungen und unseres Handelns rücken.

Dies gelingt uns dann, wenn wir im Umgang miteinander die vermeintliche Abhängigkeit abbauen, die in der Regel das Wechselspiel zwischen Kunden und Lieferanten charakterisiert. Wir müssen die Schnittstellen zwischen unseren Vertriebsstufen neu definieren und die Aufgabenschwerpunkte und Verantwortungen jeder Stufe deutlich machen. Wir müssen uns zudem gegenseitig mehr in die Pflicht nehmen können, was im praktischen Verhältnis zwischen Kunden und Lieferanten oft nur schwer möglich war.

Und: Wir müssen zu einer leistungsgerechten Konditionierung auf allen Branchenstufen kommen. Trotz grundsätzlicher Übereinstimmung und vereinzelter zaghafter

Selbstbewußt Flagge zeigen

Ansätze handeln wir jedoch nicht entsprechend. Vielleicht, weil Leistung polarisiert und eine leistungsgerechte Konditionierung die Stärkeren stärker und die Schwächeren schwächer macht. Vielleicht fürchten wir uns aber auch vor der daraus resultierenden Konzentration, deren Zunahme wir seit einiger Zeit mit Sorge beobachten. Dennoch sehe ich keine wirkliche Alternative zur Leistungsorientierung.

Bei aller Enttäuschung über die Reduzierung der Gemeinschaftswerbung, muß man anerkennen, daß diese – finanziert zunächst durch die Industrie und dann durch den Handel – überhaupt so lange durchgeführt werden konnte. Die Aktivitäten im Mikro-marketing und die neue Kampagne mit Sandra Völker verdienen es nicht, als „Low-Budget-Überbrückungskompromiß“ belächelt zu werden. Für die – bereits angelaufenen – zweijährigen Aktivitäten mit Sandra Völker haben Handel und Industrie gerade zusätzliche Mittel zur Verfügung gestellt. Dies sollten wir anerkennen.



Stellen wir uns doch mit realistischem Optimismus den Herausforderungen. Im Handwerk, im Handel und in der Industrie gab es auch im Krisenjahr 2002 beeindruckende Firmenkonzunkturen. Es gilt deren Erfolgsrezepte aufzuspüren, denn sie könnten das gesamte Branchenhandeln beflügeln. Wir brauchen uns hinter unserer Leistung und unserem Angebot nicht verstecken. Ihnen und uns allen wünsche ich in dem bewegten ISH-Jahr den verdienten wirtschaftlichen Erfolg.

Fritz-Wilhelm Pahl

Fritz-Wilhelm Pahl
Vorsitzender der Vereinigung
Deutsche Sanitärwirtschaft e. V.