

Wie viel Handelsblut fließt in den Adern des SHK-Fachhandwerks?

# Neue Wege gehen

Die Zeiten sind rauh, die Einkünfte des Handwerks vielerorts drastisch geschrumpft und so ist die Frage allgegenwärtig: Womit und wie verdient der eigene Betrieb noch Geld?

Wie aus längst vergessenen Zeiten klingen da wieder lauter werdende Rufe nach mehr Einzelhandelsdenke im Handwerk an das Ohr des gebeutelten Unternehmers. Und besonders laut schallt es zur Zeit aus Bad Zwischenahn. Hüppe-Geschäftsführer Dr. Eckhard Keill faßt zusammen, welche Erlebnisse ihn in diesem Sommer nachdenklich gestimmt haben.

» Gäste im Haus. Führungskräfte und Inhaber von Fachhandwerksbetrieben im Hüppe Informations-Center. Im Prinzip nichts Außergewöhnliches. Wäre da nicht die neue Tonlage der Diskussionen. Von Problemen in Logistik, Personalien und Finanzen wird gesprochen. Probleme, die

» Wie viele Handwerker gibt es in Deutschland, die offensiv signalisieren: Der Kunde bestimmt, wer sich welche Arbeit teilt? «



Dr. Eckhard Keill ist seit 1990 Geschäftsführer bei Hüppe und gilt als engagierter Verfechter des Leistungsbündnisses Hersteller, Großhändler und Fachinstallateur

» „Komplettbad aus einer Hand.“ Da schlummert Rendite, aber auch Risiko. «

unübersehbar geworden sind, weil die lang gehegte Betriebsamkeit im Verkauf im Moment nicht gefragt sei, so höre ich. Der Konsument sei nicht interessiert. Einsatz zwecklos.

Ist das so? frage ich mich und ziehe still ein Fazit aus den Gesprächen im Freundes- und Bekanntenkreis. Es sind genauso viele Leute wie früher, die ein neues Bad wollen. Leute, die fast genauso viel verdienen wie vor fünf Jahren. Wieso hat das Handwerk das Gefühl, daß keine Kunden da seien?

Ich wage die These: Weil sich der Kunde heute anders verhält als vor fünf Jahren und das Handwerk das noch nicht bemerkt hat. „Komplettbad aus einer Hand.“ Die Zauberformel für erfolgreiche Unternehmensentwicklung im Handwerk der 90er. Da schlummert Rendite. Keine Frage. Aber auch Risiko.

Und wieder der Blick auf das eigene Umfeld. Viel sensibler und genauer betrachten die Menschen heute die einzelnen Positionen eines Kostenvoranschlages. Natürlich ist es schön und besonders zielführend, wenn man dem Installateur seines Ver-

trauens sagen kann: Mach Du das. Aber viele Menschen tragen im Augenblick den Wunsch in sich zu sparen. Zu sparen nicht an der Qualität, sondern an der persönlichen Bequemlichkeit. Es ist ein Zeittrend, daß sich auch Zeitgenossen mit gutem Einkommen wieder selbst mühen, um Geld durch Mitwirkung zu sparen. Oder durch die Ausschöpfung günstiger, wenn auch kompliziert zu erreichender Einkaufsquellen. Und nun die Überraschung: Die These, daß immer mehr Kunden ganz andere Leistungen beim Fachhandwerksbetrieb abrufen als noch vor einigen Jahren, bestätigt sich im Austausch der Gästegruppe. Da ist die Rede von Kunden, die mit antiquarischen Kostbarkeiten oder auf einer Reise entdeckten Armaturen in der Ausstellung erscheinen und um Unterstützung beim Einbau bitten. Kunden, die ihre Muskelkraft beim Fliesen abstimmen und Container beladen einbringen wollen. Kunden, die eine neue Tür plus Zarge, aber keine Fliese vom Bäderbauer wollen. Kunden, die nach einem Umzug Montagehilfe brauchen. Und natürlich Kunden, die Produkte kaufen und vom berühmten „Schwager“ einbauen lassen wollen.

» Wie viele Unternehmer verfügen über differenzierte Lohnpreislisten je nach „Kooperationsmodell“ mit dem Kunden? «

Kurz und gut: Zu den Komplettbadkunden gesellen sich die, die als kreative „Mitarbeiter auf Zeit“ Wareneinkauf, Demontage, Fliesenverlegung oder Elektrik selber übernehmen oder organisieren. Wie viele Handwerker gibt es in Deutschland, die offensiv signalisieren: Der Kunde bestimmt, wer sich welche Arbeit teilt? Wie viele Unternehmer verfügen über differenzierte Lohnpreislisten je nach „Kooperationsmodell“ mit dem Kunden? Wer weiß, wie sich Gewährleistungsfragen juristisch einwand-



Nr. 1

**Gute Gründe für den Meister**

„Billige Baumarkt-Angebote können Sie teuer zu stellen kommen! Aber was teuer ist, muss auch nicht immer gut sein! Ich empfehle **Markenprodukte** nach Ihrem Anspruch mit einem top Preis-Leistungs-Verhältnis: **Elewosachet!**“

Huf den Meister – Paschen heißt er!

**PASCHEN**  
HEIZUNG SANITÄR LÜFTUNG KLIMATISIERUNG

Heiligenfelder Str. 127  
20016 Sater-Heiligenbrö  
Tel.: 04236 1948 Fax: 04236 9820  
www.paschen-bad-heizung.de

**Innovatives Beispiel: Die Dienstleistung „Ratschlag“ einprägsam in Szene setzt Paschen aus Bremen**

oder auf Einzelprodukte aufgeschlagen. Soll auch noch eine neue Elektrik verlegt, die Küche gefliest, die Wand geputzt werden, dann organisiert der gute Küchenfachhandel auch das. Doch am Anfang, am Anfang steht die Ware.

Und wie starten die meisten Bäderbauer den gleichen Prozeß? In der Regel handwerksorientiert, das heißt mit dem Ziel, Monteurstunden zu verkaufen. Und am

» Viele Handwerksbetriebe bieten noch immer zu wenig differenzierte Dienstleistungen an «

liebsten natürlich auch Produkte. Ein Kunde, der nur das eine oder das andere will, wird nicht selten nach kurzer Zeit das Gefühl haben, er sei ein Kunde zweiter Klasse. Dabei ist der aktiv mitwirkende Kunde keineswegs notwendig ein Renditevernichter. Sauber kalkuliert bringt auch die Mischung aus der Monteurstunde und einigen Warenverkäufen Freude wie eben auch der reine Warenverkauf.

Und so frage ich mich denn: Ist unsere Branche vielleicht immer noch viel zu sehr auf sich und die eigenen Traditionen konzen-

frei beantworten lassen, wenn der Kunde selbst für den neuen Estrich oder den Trockenbau sorgt?

Werfen wir einmal einen kurzen Blick auf den Küchenfachhandel: Dort steht der Verkauf des Produktes an erster Stelle. Wer will, kauft einfach einen Schrank oder einen Herd und der Küchenhändler ist im

» In unseren Diskussionen mit Gästen in Bad Zwischenahn hat jedenfalls schon mancher sehr nachdenklich das Kinn gerieben «

Prinzip nicht daran interessiert, was der Kunde mit beidem tut. Will der Kunde eine Planung, so ist dies schlicht ein anderes Produkt, das separat bezahlt und unabhängig zu bekommen ist. Ist der paßgenaue Einbau der Küche gefragt, so wird der erbracht, das Honorar hierfür in den Gesamtpreis einer Komplettküche eingebaut

**Veranstaltungsinfo**

Im Rahmen des 13. Unternehmerseminars für das Sanitär-Heizung-Klima Handwerk vom 21. bis 28. Februar 2004 auf Fuerteventura wird in einem halbtägigen Workshop den von Dr. Keill aufgeworfenen Fragen weiter nachgegangen.

triert? Tun sich Unternehmer leichter, die als Händler geboren und sozialisiert wurden? Die die Montagestunde als eines von vielen Angeboten verkaufen? In unseren Diskussionen mit Gästen in Bad Zwischenahn jedenfalls hat schon mancher sehr nachdenklich das Kinn gerieben angesichts meiner Empfindung, daß viele Handwerksbetriebe noch immer zu wenig differenzierte Dienstleistungen anbieten, um eine größere Zahl der Kunden in der Jetztzeit zu erreichen.

» ... ein Fachhandwerker bietet per Anzeige den „Sie-und-wir“-Juniorbadbauservice für junge Familien «

Angenommen, ein Fachhandwerker bietet seinen Stammkunden einen Badezimmerfenster-Dekoberatungstermin zum Festpreis. Oder per Anzeige den „Sie-und-wir“-Juniorbadbauservice für junge Familien. Oder den Designerschrank mit Anlieferservice zum Aktionspreis. Oder den Monteur für einen Tag, der alle längst überfälligen Arbeiten im Haus in Ordnung bringt. Was würden wohl seine Kunden aus einem solchen Angebot lernen?

Daß der Installateur ihres Vertrauens ein Mensch ist, den man viel öfter gut gebrauchen kann, als man dies bislang vielleicht dachte. Ein einfacher Serienbrief an alle Kunden und das jeden Monat mit wechselnden Angeboten mal rund ums Produkt, mal rund um die Mann-Stunde als Dienstleistung empfiehlt den deutschen Fachhandwerksbetrieb als das, was er eigentlich ist: ein in Europa einzigartiger Top-Betrieb, bei dem man tolle Produkte und/oder tolle Dienstleistungen bekommen kann.

**IL BAGNO ALESSI**

Das Bad von Alessi bei

**noll**

in Mettmann  
Hammerstraße 22-24  
02104 / 92 49-0  
www.noll-bad.de

Geöffnet täglich 10-17 Uhr.  
Sonntags keine Beratung,  
kein Verkauf.

**Innovatives Beispiel: Sie wollen ein Alessi-Bad kaufen? Bitte folgen. Mit Life Style Marken offensiv werben**