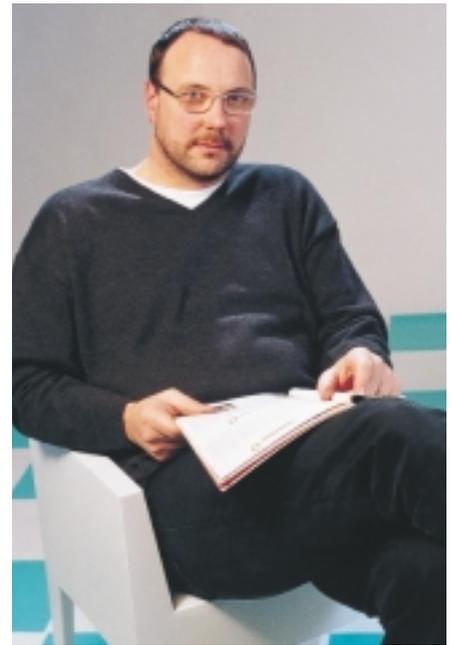


Frische (Messe-) Brise?



Frühjahrszeit ist Messezeit. Wenn am 16. März die 20. SHK-Fachmesse in Essen und fünf Wochen später die IFH in Nürnberg ihre Pforten öffnen, sind die Hoffnungen bei Industrie, Handel und Handwerk gleichermaßen groß. Will man doch die branchenkonjunkturelle Talfahrt der letzten Jahre beenden und mit neuen Ideen und Impulsen wieder mehr Umsatz generieren. Unter der Devise: „Nur in schlechten Zeiten kann man etwas bewegen“ haben sich viele Hersteller neu aufgestellt und Produktportfolio sowie Dienstleistungsangebot den aktuellen Erfordernissen angepasst. Nutzen Sie die Fachausstellungen und überlegen Sie mit Ihren Partnern aus Industrie und Großhandel, welche Aktivitäten Sie beim Ringen um die Gunst der Kunden gemeinsam entwickeln können.

Ausgangspunkt bei allen Überlegungen müssen einmal mehr die Kunden-Bedürfnisse sein. Doch was erwarten die Menschen heutzutage rund um Bad und Heizung? Um dies transparent zu machen, haben wir die Ende 2003 vorgestellte Marktstudie „Wohnen + Leben 6“ für Sie im Rahmen unseres Fachteils „beraten ausstellen verkaufen“ analysiert. Laut dieser repräsentativen Untersuchung hält die Investitionszurückhaltung zwar weiter an, jedoch 16 % der Befragten hegen konkrete Anschaffungspläne für ihr Badezimmer. Überraschenderweise liegen dabei Badmöbel auf der Wunschliste an erster Stelle.

Doch gerade in diesem Produktsegment wandern die Umsätze überproportional in andere Vertriebskanäle ab. Hier lohnt es sich offensichtlich gegenzusteuern.

Und worauf legen die Deutschen großen bzw. sehr großen Wert bei der Anschaffung ihrer Badezimmerausstattung? Qualität 81 %, formschönes Design 74 %, preiswerte Sonderangebote 61 % und guter (Marken)Hersteller 55 % lautet die Hitliste der Verbraucher. Doch soll die Branche Markenartikel zu Schnäppchenpreisen bieten? Ausschlaggebend für den Erfolg der Verbraucheransprache ist wohl eher, ob man Geschmack und Vorlieben trifft. Doch welche Stilrichtung bevorzugen die meisten Deutschen? Die eher traditionelle Keramik-Kollektion in Muschelform mit dem Namen Romantik wurde – entgegen den Verkaufszahlen – zur Nummer 1 unter acht zur Auswahl stehenden Bädern. Über 22 % gaben an, dass ihnen dieses Bad „sehr gut gefallen“ würde. Offensichtlich liegen zwischen „gefallen“ und „auch wirklich kaufen“ Welten. Auf den Plätzen zwei und drei fanden sich kompakte Waschtischlösungen mit Möbelunterbauten und Spiegelschränken wieder. Das Gros der Badkunden denkt weitaus traditioneller als allgemein angenommen. Dabei gibt es signifikante Präferenzverschiebungen zwischen den Altersgruppen: Die moderneren, designbetonten Stilrichtungen sind bei den Jüngeren doppelt bis dreimal so beliebt wie den Älteren. Für Sie bedeutet dies mehr Individualität bei der Kundenberatung unter Berücksichti-

gung der unterschiedlichen Stilgruppen. Doch mehr hierzu auf den folgenden SBZ-Seiten.

Andere Baustelle: Besonders ans Herz legen möchte ich Ihnen die Lektüre des Fachbeitrages „Gravierende Änderungen“, der jeden SHK-Handwerksbetrieb unmittelbar betrifft. Denn bereits seit Anfang des Jahres sind die DVGW-Arbeitsblätter G 459-I und G 600 gültig und schreiben aktive Maßnahmen gegen Manipulationen an Haus-Gasleitungen verbindlich vor. Künftig müssen so genannte Strömungswächter bei allen Neuinstallationen eingebaut werden. Wie die theoretischen Anforderungen lauten und wie das Ganze in der Praxis umgesetzt werden kann, erfahren Sie ab Seite 28. Nutzen Sie die Gelegenheit und informieren Sie sich über die damit verbundenen produkttechnischen Neuheiten auch auf den Frühjahrmessen. Oder haben Sie etwa schon einmal einen Strömungswächter in der Hand gehalten?

Am 20. März ist offizieller Frühlingsanfang. Ein allgemeines Frühlingserwachen und Ihnen persönlich gute Geschäfte wünscht

Ihr

Dirk Schlattmann

Dirk Schlattmann
SBZ-Chefredakteur