

› Großhandel ‹

Übler Verkauf zu Großhandelspreisen an Endkunden

Seit 30 Jahren verkauft unser kleiner Handwerksbetrieb die Artikel der Firma Keuco. In letzter Zeit allerdings haben wir vermehrt Probleme die Artikel zu einem „normalen“ Preis zu verkaufen. Hier ein Beispiel:

Eine gute Stammkundin fragte nach dem Preis für den Solo-Spiegel von Keuco (Artikel 077900002500). Ich nannte ihr meinen Verkaufspreis von 173,88 € + MwSt. (mein EK bei meinem Haupt-Großhändler Bach in Lippstadt liegt bei 139,10 €). Daraufhin schaute meine Stammkundin mich ungläubig an und fragte mich, ob dieses denn wirklich stimmen könnte, da sie dasselbe Produkt



Kein Einzelfall: Der Sanitär- und Heizungs-großhandel WSH agiert als direktverkaufender Händler und somit gleichzeitig als Wettbewerber und Lieferant des Handwerks

beim Sanitär- und Heizungs-großhandel WSH in Warendorf zum Preis von 134,64 € + MwSt. bekommen könnte. Daraufhin schaute ich nun ungläubig.

Meine Frage nun an Sie: Wie soll ich meiner Kundin dieses Produkt noch verkaufen, wenn wie oben gesehen mein EK-Preis über dem VK-Preis des Endkunden liegt?

Dieses ist leider kein Einzelfall und spiegelt sich über die gesamte Markenproduktpalette hinaus. Es wäre nett von Ihnen, wenn sich die SBZ der Sache ein-

mal annehmen könnte.

Björn Wiewel
59320 Ennigerloh

SBZ hakt nach: Die Problematik trifft viele Handwerkskollegen in ähnlicher Form. Deshalb haben wir uns als Zeitschrift von Handwerkern für Handwerker der Probleme des Kollegen Wiewel angenommen.

Fairnesshalber haben wir die mittelbar und unmittelbar Beteiligten befragt. Die SBZ wollte wissen, wie sie zu der Problematik stehen, bzw. ob und wie man das Problem lösen kann, bzw. zu lösen gedenkt. Hier die Antworten:

› Fachverband ‹

Untragbar: Großhandel und Handwerk als Wettbewerber

Es ist gut, dass der „Verkauf unter EK“ von der Firma Wiewel, angesprochen wird. Das ist sicherlich kein Einzelfall. Preisbildungen dieser Art, sogenannte Verwerfungen, die in konjunkturell nicht gerade rosigen Zeiten auftreten, spiegeln ein Verhalten wider, das den dreistufigen Vertriebsweg ernsthaft in

Frage stellt. Das Beispiel zeigt, dass an Endverbraucher direkt verkaufende Großhändler nicht in die Landschaft des dreistufigen Vertriebsweges passen. Wenn Sie zudem noch dazu beitragen, dass redliche Handwerksbetriebe bei ihren Kunden unglaubwürdig werden, ist es nicht unverständlich, dass bei den im regionalen Umfeld ansässigen Handwerksbetrieben die Abstimmung mit den Füßen erfolgt. Das Problem wird dadurch jedoch leider nicht gelöst.

Vielleicht gelingt es ja, derartig irreführende Großhändler durch das vom DG-Haustechnik vorgeschlagene Modell des „Verkaufs im Auftrag und auf Rechnung des Handwerkers“ oder über die Installation einer Badwelt in den dreistufigen Vertriebsweg zurückzuholen. Schließlich ist die WSH-GmbH Mitglied im Großhandelsverband.

Es darf nicht sein, dass der Handwerker im Vertrauen auf den dreistufigen Vertriebsweg letztlich der Dumme ist. Und daran sollten alle, die wirklich Interesse am dreistufigen Vertriebsweg haben, mitarbeiten.

Dr. Hans-Georg Geißdörfer
FV SHK Nordrhein-Westfalen
40233 Düsseldorf

› Keuco ‹

Auf den rechten Pfad zurückbringen ...

Der Preis ist heiß – und zwar umso mehr, je verhaltener die Nachfrage ist. Dabei kommt es im dreistufigen Vertriebsweg leider nicht nur zu nicht nachvollziehbaren Preisbildungen, sondern auch zu Verwerfungen unterschiedlichster Art. Die Keuco-Position ist dabei eindeutig:

- Um hochwertige Badeinrichtungen zu verkaufen, ist der dreistufige Vertriebsweg mit Abstand am besten geeignet.
- Wir sind hochgradig daran interessiert, dass unsere Partner in Handel und Handwerk mit

unseren Produkten eine adäquate Marge erzielen. Dabei liegt die Kalkulationshoheit bei unseren Partnern.

Was die von Herrn Wiewel angesprochene Problematik des Verkaufs aus Großhandelsausstellungen an den Endverbraucher betrifft, so ist dies letztlich am besten vor Ort zwischen Handel und Handwerk zu lösen. Wir unterstützen das Handwerk an dieser Stelle, indem wir die Garantiezeit für unsere Produkte deutlich erhöht haben, wenn unsere Produkte durch das Fachhandwerk eingebaut werden: Dann gilt eine Garantiezeit von fünf Jahren statt der gesetzlichen von zwei Jahren.

Des Weiteren bietet die Initiative des DGH, die Ausstellungen für Endverbraucher zu öffnen und auf Rechnung des Installateurs zu verkaufen, eine große Chance, die Großhändler, die zur Zeit schon an den Endverbraucher direkt verkaufen, auf diesem Weg wieder für die Dreistufigkeit zu gewinnen. Denn als Motiv für den Direktverkauf steht nach meinen Erfahrungen nicht die Ausgrenzung des Handwerkers im Vordergrund, sondern vielmehr der nachvollziehbare Anspruch eines Kaufmanns, niemanden ohne Auftrag aus dem Geschäft zu lassen. Hierfür bietet das vorgeschlagene Modell eine hervorragende Lösungsmöglichkeit zum Nutzen aller drei Vertriebsstufen.

Hartmut Dalheimer
Keuco GmbH & Co. KG
58653 Hemer

› Großhändler Bach ‹

Dreistufigen Vertriebsweg strikt verfolgen

Mit Interesse haben wir den Leserbrief unseres Kunden Björn Wiewel aus Ennigerloh gelesen, wirft er doch ein Schlaglicht auf die Vertriebswegfrage, die gerade in der letzten Zeit in den verschiedensten Facetten diskutiert wird. Unter Umgehung ei-

Leserforum

ner Vertriebsstufe bei gleichzeitiger Einsparung der dort üblichen Handelsspanne, kann sowohl Industrie wie auch Großhandel preisgünstiger verkaufen.

Die Argumentation pro dreistufigen Vertriebsweg, den wir strikt verfolgen, ist für uns gegenüber Endkunden nicht die Ausnahme, sondern die Regel. Jede Vertriebsstufe bietet der nachgelagerten Stufe neben der bloßen Ware ein umfangreiches Leistungspaket und sichert ihr damit auch den wirtschaftlichen Erfolg. Nur wenn wir gemeinsam dem Endverbraucher gegenüber die Vielfalt der Leistungen argumentieren, hat dieser die Möglichkeit, über den reinen Preisansatz hinweg weitere Kaufentscheidungsargumente in seine Überlegung einzubeziehen. Denn wie heißt es bei uns in Westfalen doch so schön: „Das Billigste ist manchmal das Teuerste.“

Gero Loesner

Hermann Bach GmbH & Co. KG

Es ist jedoch so, dass keiner der drei bis vier in unserem Haus dafür in Frage kommenden Personen in den vergangenen Wochen einen solchen Keuco-Spiegel verkauft, noch dafür einen Preis abgegeben hat. Auch passt der Preis in Höhe von 134,64 €, den wir dem unbekanntem Kunden genannt haben sollen in keine unserer Preiseinstufungen unserer Abgabepreise.

Der unterste Abgabepreis bei uns für besteingestufte Handwerksbetriebe liegt für diesen Artikel zwar unter 139,10 €, wohl aber über den genannten 134,64 €. Wenn Sie uns den Namen des Kunden nennen, der mit uns Kontakt gehabt haben will, sind wir selbstverständlich bereit, zu versuchen die Angelegenheit weiter aufzuklären.

Seit nunmehr fast 30 Jahren versuchen wir mit einer vernünftigen Preisgestaltung an unsere unterschiedliche Kundenstruktur (*Anm. der Red.: Endverbraucher und Handwerk*) gegenüber dem hiesigen Handwerk keine Wettbewerbssituation aufkommen zu lassen. Wir könnten mit mehr Preisaggressivität am Markt unser Umsatzvolumen erheblich ausweiten, was aber nicht unserer Firmenphilosophie entspricht. Aggressive Anbieter sind reichlich am Markt. Noch nie ist es Endkunden so leicht möglich gewesen, an Einkaufspreise von Handwerksbetrieben zu gelangen. Im besonderen die modernen Kommunikationsmöglichkeiten machen es heutzutage jedem Endverbraucher möglich, auch ohne die Firma WSH an solche Tiefstpreise zu gelangen.

Die eine Hälfte der Handwerksbetriebe toleriert unsere Vorgehensweise und stärkt unsere Position, indem sie regelmäßig bei uns kaufen, damit wir weiterhin in gewohnter Weise auf das Handwerk Rücksicht nehmen zu können. Die andere Hälfte bevorzugt nur die Kritik an der Firma WSH. In der Hoff-

› WSH – Warendorf ‹

Direktvertrieb wird zur Hälfte toleriert

Zunächst bedauern wir, wenn durch von uns genannte Preise, die Firma Wiewel in eine unangenehme Situation geraten ist.

Leserbriefe

Meinungen,
Kommentare zu
Beiträgen bitte
möglichst per E-Mail
oder per Fax an
die SBZ-Redaktion
unter

leserforum@
sbz-online.de

0711/63672-755

nung, dass Sie auch für unsere Situation etwas Verständnis aufbringen, verbleiben

Werner Wienströer
Uwe Wienströer
WSH – Warendorf
48231 Warendorf

› Innung ‹

Nur die dümmsten Kälber . . .

Schon seit Jahren tritt WSH als unmittelbarer Wettbewerber zum Handwerk auf. Von dreistufigem Vertriebsweg kann hier keine Rede sein. Leider nimmt der Großhandelsverband hier offensichtlich auf seine schwarzen Schafe keinen Einfluß. Und auch die Industrie toleriert dies und beliefert solche „Händler“ fleißig – Hauptsache der Euro rollt. Dies ist rechtlich gesehen in einem freien Land natürlich auch vollkommen legitim. Als Obermeister der Innung Warendorf/Beckum würde ich mir jedoch wünschen, dass WSH wieder in den dreistufigen Vertriebsweg zurückfindet und sich gegenüber dem Handwerk wirklich partnerschaftlich verhält. Ansonsten fällt mir nur noch folgende alte Weisheit ein: „Nur die dümmsten Kälber gehen zum Metzger selber“.

Werner Kilanowski
SHK Innung Warendorf/Beckum
48231 Warendorf

Knapp an der Katastrophe vorbei: Auslöser war eine Kerze auf dem Spülkasten

SBZ 17/2004

Anmerkung der SBZ: Gegenüber der SBZ nannte Kollege Wiewel Namen und Adresse der Kundin. Nachdem er dem Großhändler Bach den Sachverhalt erklärt hatte, reduzierte diese den EK der Firma Wiewel, so dass ihm letztlich noch eine „satte“ Materialmarge von fünf Euro blieb. Die nahm er in Kauf, da er die Kundin nicht verlieren wollte. Soweit zum konkreten Fall. Wie denken Sie darüber? Wie können oder sollen Kollege Wiewel + Co. sich verhalten? Zögern Sie nicht, schreiben Sie an die SBZ.

› Kerzenklo ‹

Gefährliche Romantik

Beiliegend übersende ich Ihnen ein Foto von einem ehemals intakten Geberit-Spülkasten, der durch das Aufstellen einer Kerze auf dem Deckel zerstört wurde. Der Schaden wurde erst bemerkt, als in der darunterliegenden Wohnung Wasser von der Decke tropfte. Ist das nicht kurios?

Günter Mock
69115 Heidelberg

