



Supermarkt-Angebote machen dem dreistufigen Vertriebsweg Probleme. Wo eine Billigarmatur eingebaut ist, schaut der Installateur zwangsläufig in die Röhre

Armaturenindustrie: Neues Ungemach droht

# Billigtrend, Discountware und Plagiate

Kurz vor den Sommerferien nahm die Arbeitsgemeinschaft Sanitärarmaturenindustrie (AGSI) Stellung zu den aktuellen Branchenaufgaben. Vor allem die rasant zunehmenden Marktanteile von Discountern bereiten Probleme.

Mit einem klaren Votum in Richtung „Großhandelsausstellungen als Point of Sale“ bekannte sich AGSI-Vorsitzender Andreas Dornbracht zu den Bestrebungen des Großhandelsverbandes (SBZ 14 + 15). Die Arbeitsgemeinschaft Sanitärarmaturenindustrie sieht darin eine erfolgreiche Weiterentwicklung der dreistufigen Absatzschiene und erhofft sich davon neue Impulse.

Denn der Leidensdruck der deutschen Armaturenindustrie ist nach wie vor hoch. Während der Inlandsumsatz von Januar bis Mai 2004 im Vergleich zu der entsprechenden Vorjahresperiode um 3 % rückläufig war, meldete die AGSI im Ausland ein nominales Plus von 6 %. Dies bedeutete Ende Mai per saldo ein Umsatzplus von 4 %. Für 2004 insgesamt erwartet die AGSI jedoch erstmals nach vielen Jahren auch im Inland wieder leicht positive Zahlen. Aufgrund der teilweise explosionsartigen Materialverteuerung werde sich die Ertragslage der Hersteller, so AGSI-Geschäftsführer Wolfgang Burchard, jedoch verschlechtern.

## Chinesische Herausforderung

Gegenwind bekommen die Armaturenhersteller auch aus dem Ausland. Die Einfuhren von Sanitärarmaturen 2003 stiegen kräftig um etwa 15 % auf 292 Millionen

Euro. Im Ranking der Haupt-Importländer rangierte die Volksrepublik China nach Italien, Portugal und Bulgarien bereits auf Platz 4. Nachdem die Produktlieferungen aus dem Land der Mitte schon 2002 um 56 % gestiegen waren, kletterten sie 2003 nochmals sprunghaft um 62 % auf 23,6 Millionen Euro. Burchard: „Wir beobachten das deshalb mit großer Sorge, weil es sich überwiegend um Discount-Armaturen und immer häufiger auch um Plagiate handelt.“ In dieser Angebotsliga wolle und könne die Markenindustrie zwar nicht mitspielen, sie müsse jedoch über kurz oder lang eine Antwort darauf finden.

## Brausenmisere und fehlende Konzepte

Das gelte nicht zuletzt mit Blick auf die alarmierenden Entwicklungen im Geschäft mit Handbrausen. Es gehe mittlerweile mehr

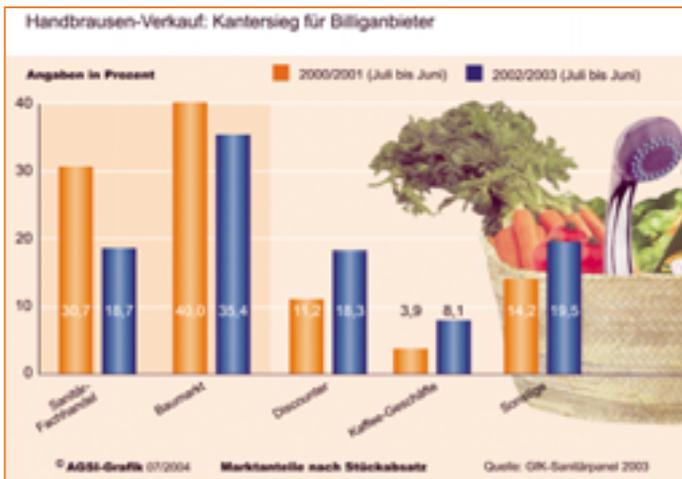
oder weniger am klassischen Vertriebsweg vorbei. Auf Basis des GfK-Sanitärpaneels 2003 kam er im Zeitraum 2002/2003 bei solo angeschafften Handbrausen (Verkauf ohne Armatur) beim Stückabsatz nur noch auf einen Marktanteil von knapp 19 %. Vor zwei Jahren betrug er rund 30 %, was einen Rückgang von satten 38 % ausmache. Kein Trost sei, dass Baumärkte ebenfalls zu den Verlierern gehörten (von 40 auf 35 % Marktanteil). Mit einer fast verdoppelten Quote (46 % nach 29 %) landeten dagegen Discounter, Kaffeegeschäfte und andere Billiganbieter einen Kanter Sieg. Eine weitere Konsequenz dieser Entwicklung: ein dramatischer Preisverfall speziell im mittleren Segment. Für jede zweite Handbrause geben die Deutschen inzwischen nur noch maximal 20 Euro aus. Hier fehle es der Sanitärbranche bis heute an wirksamen Gegenrezepten.



Der AGSI-Vorstand kämpft auch gegen Billigtrend, Discountware und Plagiate: (v. l.) Dr. Michael Pankow, Andreas Dornbracht und Wolfgang Burchard

## Gefahrenquelle Billigarmaturen

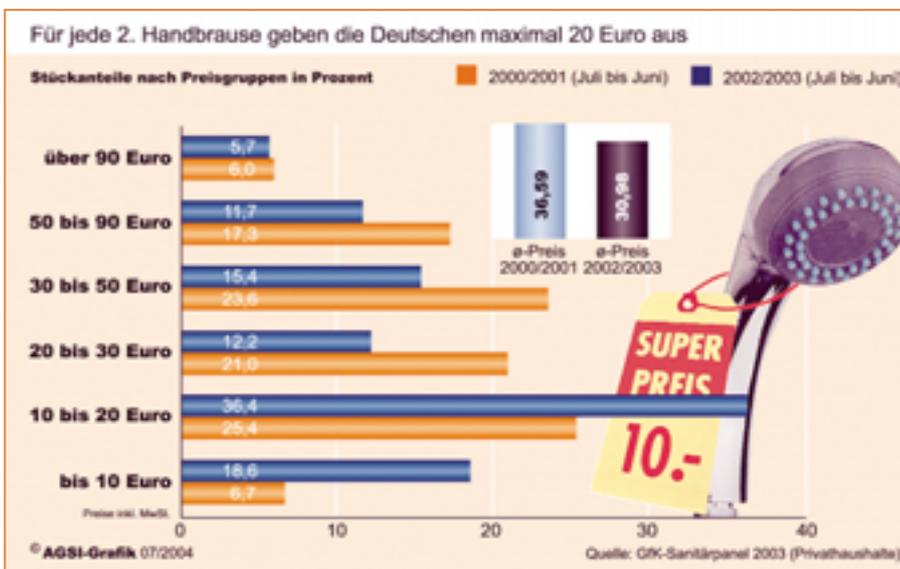
Ähnliche Tendenzen prägten das Geschehen bei Armaturen. Insgesamt vernebelt die Preissensibilität der Verbraucher mehr und mehr den Blick auf die Produktqualität. Und das, obwohl Prüfinstitute wie die Stiftung Warentest letztlich für den Kauf höherwertiger Markenprodukte plädierten.



Der Handbrausenmarkt über den professionellen Vertriebsweg brach von gut 30 % auf knapp 19 % ein. Mit einer fast verdoppelten Quote (46 % nach 29 %) waren dagegen Discounter, Kaffeegeschäfte und andere Billiganbieter die unangefochtenen Gewinner

verhindern, benötige die Branche u. a. eine nachhaltige Markenrenaissance. Die Endverbraucher seien laut Analysen der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) dafür durchaus aufgeschlossen. Gerade die sich jetzt abzeichnende Entwicklung der Großhandelsausstellungen zum Point of Sale für das konkrete Badgeschäft mache eine bewusst forcierte Präsenz anziehungskräftiger Marken unverzichtbar. Der AGSI-Repräsentant empfahl daher Fachgroßhandel und Fachhandwerk, bei der Auswahl ihrer Industriepartner die Kriterien eines strengen Marken-TÜV anzulegen, um den Kampf gegen profillose Allerweltssortimente zu gewinnen. Fazit des AGSI-Vorsitzenden Andreas Dornbracht: „Mit Discount-Armaturen kauft man Wundertüten, die oft schlechte Qualität und deshalb häufig unliebsame Überraschungen enthalten.“ Die damit verbundenen Risiken kenne der Verbraucher jedoch meist nicht. Unabhängig davon gefährde der Billigtrend natürlich auch die wirtschaftliche Entwicklung deutscher Hersteller von Markenarmaturen und -brausen.

Der Vorstand der im AGSI zusammengeschlossenen Hersteller machte einmal mehr deutlich, dass die deutschen Markenhersteller, gemeinsam mit Handel und Handwerker, gegen diese Entwicklungen angehen wollen und nicht gewillt sind, weitere Verluste hinzunehmen.



Zählt nur noch der Preis? Laut GfK verdreifachte sich die Quote der bis 10 Euro „teuren“ Handbrausen, während die Kategorie „10 bis 20 Euro“ um knapp 50 % zulegte. Aldi, Lidl, Tchibo & Co. erfreuen sich wachsender Beliebtheit

Ebenfalls problematisch ist das Thema Plagiate (siehe SBZ 14/2003). Nach AGSI-Schätzungen verursachten die Nachahmersortimente bei der heimischen Industrie 2003 einen Umsatzverlust von etwa 3 %. Das entspreche bei einem Gesamtvolumen von 2 Milliarden Euro einer Summe von ca. 60 Millionen Euro. Die größten Sorgen bereiteten in dem Zusammenhang die chinesischen Importe, bei denen es sich zu 90 % um Discount- bzw. um Plagiatprodukte handele. Sie fänden ihren Weg zum Verbraucher über branchenfremde Kanäle. Führende Armaturenhersteller haben sich deshalb nach Aussage des AGSI-Vorsitzenden Andreas Dornbracht zu einer Koalition gegen Produktpiraterie formiert. Dornbracht forderte u. a. konkrete Unterstützung von Messesellschaften im Kampf gegen Plagiat-Anbieter.

## Markenrenaissance als Antwort

Billigimporte, Plagiate und Discountware haben für Dr. Michael Pankow unter dem Strich eines gemeinsam: Sie vernichten in einem mittlerweile erschreckenden Maße Qualität und Werte zugleich. Für die Akteure des dreistufigen Fachvertriebs ist das inzwischen ein akutes existenzielles Problem, warnte der stellvertretende AGSI-Vorsitzende. Wer in der Dumping-Liga auch noch mitspielen wolle, schaufele sich quasi das eigene Grab. Denn: Austauschbarkeit, Beliebigkeit, Glaubwürdigkeitsverluste gingen mit Ertragsverfall und Rentabilitätschwäche eine unheilvolle Allianz ein. Wo Differenzierung über Qualität, Image und Innovation fehle, werde der Leistungsvorsprung von Industrie, Großhandel und Handwerk fast zur Makulatur. Um das zu

## Aktuelle Meldung

### Messe Frankfurt unterstützt Aussteller gegen Produktpiraterie

Die Messe Frankfurt steht den Ausstellern der ISH im Kampf gegen Produktpiraterie laut einer aktuellen Pressemitteilung zur Seite. Während der ISH kann ein beauftragter Anwalt versuchen, den Kopierer dazu zu bewegen, eine sogenannte strafbewährte Unterlassungserklärung zu unterschreiben. Zum anderen kann dem Kopierer durch eine einstweilige Verfügung der Verkauf und die Ausstellung bestimmter Produkte gerichtlich untersagt werden.

Die Messe Frankfurt hat dann die Möglichkeit, einen Aussteller von der laufenden Messe oder künftigen Messen auszuschließen. Dies trifft jedoch nur zu, wenn dem Aussteller durch gerichtliche Entscheidung eines deutschen Gerichts das Ausstellen oder das Anbieten von Produkten bzw. eine werbliche Darstellung derselben untersagt ist und der Aussteller sich weigert, der gerichtlichen Entscheidung zu entsprechen. Die Messesellschaft organisiert hierzu einen anwaltlichen Notdienst, der bei Bedarf sofort hilft.



## Hilfe Billigarmaturen!

Mit dem Einsatz von Billigarmaturen und Plagiaten verbinden sich meist Gefahren für die Sicherheit des Trinkwassersystems und die Gesundheit der Bürger. Dies belegen Praxisprüfungen, die AGSI-Mitgliedsunternehmen an vier verschiedenen Billigarmaturen im Preisspektrum von 9,99 bis 29,95 Euro durchführten. Kriterien waren jeweils die einschlägigen Euro-Normen. In den Untersuchungen wurden gravierende Mängel aufgedeckt. Im Einzelnen ermittelten die Tester:

- fehlerhaftes MPA-Prüfzeichen;
- schlechte Oberflächenveredelung mit geringen, nicht normgerechten Schicht-

dicken und deshalb erhöhtem Korrosionsrisiko;

- verdrehte Anschlussgeometrien und damit faktische Montage-Untauglichkeit;
- erhebliche Verletzungsgefahr der Benutzer durch scharfe Kanten und Grate;
- zum Teil extreme Geräuschentwicklung des Wasserdurchlaufs mit einem Spitzenwert von 50 dB(A);
- schlechte Durchflusswerte;
- fehlender Rückflussverhinderer als gesundheitliche Zeitbombe mit dem Risiko einer bakteriellen Verunreinigung der gesamten Trinkwasserinstallation;
- gesundheitsgefährdende Messinglegierungen mit überhöhten Bleianteilen und

- kostenintensive Folgeschäden durch mangelhafte Hydraulik (unvermeidliche Wasserschäden durch gerissene Dichtungen bzw. sich lösende Anschlusschläuche).

Für den Verbraucher resultieren hieraus unter dem Strich erhebliche Probleme. Deshalb sollten Handwerk und Großhandel die Bevölkerung über die Problematik sensibilisieren. Denn mit Discount-Armaturen kauft man Wundertüten, die oft schlechte Qualität und deshalb häufig unliebsame Überraschungen enthalten. Zudem kennt der Verbraucher die damit verbundenen Risiken für Trinkwassersysteme und Gesundheit meist nicht. \*

## Drei von vielen Beispielen gravierender Mängel an Billigarmaturen



- Anschlusschlauch: Bei Montage gerissen. ⇒ Leckage

- Anschlussnippel: Bei Montage zerstört ⇒ Leckage

- Mittenstellung des Bedienhebels: Nicht in Mischwassereinstellung aufgrund verdrehter Montage

- Versatz der Anschlussgeometrie: Keine gerade Montage auf dem Waschtisch möglich

- Oberflächen: Riefen und Einschnürungen

- Scharfe Kanten – Verletzungsgefahr

- Mangelhafte Oberflächenqualität  
Messing: Ni = 0,7–2mm  
Cr = 0,05–0,1mm  
Zinkdruckguss: Ni = 1,3–2mm  
Cr = 0,25–0,3mm  
Korrosionsgefahr

- Leckage nach 70 000 Zyklen

- Verschleiß in der Hebelbewegung: nach 4000 Zyklen Erhöhung der Betätigungskraft



**Eisl  
Brausenarmatur  
ALDI Nord, 19,99 Euro**

- Durch werkseitigen Montagefehler undicht.
- Oberflächen: Sitznippel nicht verchromt. Hebel-Verchromung nicht durchgängig
- Scharfkantiger Bedienhebel
- Rückflussverhinderer fehlt
- Verpackung mangelhaft ⇒ Schäden durch Transport
- MPA Prüfung auf Geräusche ohne Ü-Zeichen fehlt
- Einlaufsiebe fehlen

**ProVida  
Einhebel-Waschtischmischer  
KODI Markt, 14,99**

- Überwurfmutter: Bei Montage gerissen ⇒ Leckage



**Evita, Wannenfüllarmatur  
Toom Baumarkt, 29,95 Euro**

- Viel zu laut:  
50dBA bei 3 bar,  
52dBA bei 5 bar  
≈ 30mal lauter
- Zu geringer Durchfluß:  
Wanne: 12,8l/min bei 3bar  
Brause: 10l/min bei 3bar

- Druckstoßprüfung:  
Bei 50bar nach 3 Lastwechsel undicht

- Montageanleitung nicht vorhanden
- Grenzwerte nach DIN 50930 nicht eingehalten:  
Ni = 0,38%  
Fe = 0,51%

- Mangelhafte Oberflächenqualität  
Messing Ni = 1–1,5µm  
Cr = 0,1–0,155µm

