

Rund 62 % der SHK-Betriebe ohne Ausstellung sind damit einverstanden, dass es eine Öffnung der Großhandelsausstellung geben soll, wenn der Kaufvertrag im Auftrag und auf Rechnung des ausgewählten Handwerkers abgeschlossen wird. Ganz anders sehen es die ausstellungsführenden Handwerksunternehmen: 90 % von ihnen erteilen dem Vorschlag eine klare Absage. – Dies ist ein Ergebnis der Umfrage, mit der wir in SBZ 15/16 die Stimmung unserer Leser aus dem SHK-Handwerk prüfen wollten. Alle Resultate finden Sie ab Seite 16. Dort lesen Sie auch, wie sehr die Einschätzungen über Chancen und Risiken einer Umgestaltung der Großhandelsausstellung zum Point of Sale (POS) auseinander klaffen können. So befürchtet die Innung München, dass der SHK-Handwerker vom ersten Kundenkontakt entkoppelt wird und sich damit langfristig zum reinen Monteur ohne Verkaufsaktivitäten entwickelt.

Das IndustrieForum Sanitär (IFS) hingegen sieht in der Initiative des Großhandels die Möglichkeit, zusätzliche Nachfrage im dreistufigen Vertriebsweg zu erzeugen und zu halten.

Zudem drückt das IFS die Hoffnung aus, dass die Öffnung der Ausstellungen flächendeckend noch in 2004 erfolgt. Ob dies realistisch ist, sei dahingestellt. Viel wichtiger ist es bei einem derart gravierenden Schritt ohne künstlichen Zeitdruck einen möglichst breiten Konsens und sorgfältig vorbereitete Lösungen zu erzielen. Dazu gehören Antworten auf (selbst)kritische Fragen wie z. B.: Welche der über 800 Ausstellungs- und Beratungsräume des Großhandels sind wirklich endverbrauchergerecht und konzeptionell stimmig gestaltet? Liegen die Öffnungszeiten bedarfsgerecht? Ein zentraler Erfolgsfaktor ist das Ausstellungspersonal. Ist es tatsächlich überall schon qualifiziert für den zeiteffizienten Verkauf (abschluss) oder besteht noch Schulungsbedarf? Kann es den Kundenwunsch nach einer Komplettbadberatung inklusive Fliesen, Beleuchtung etc. erfüllen? Und mit Blick auf eine eventuell erhöhte Kundenfrequenz: Reicht die Anzahl der Berater aus?

Es gibt Endkunden, die wünschen sich bei einer Komplettberatung, Erneuerung einer Duschtrennung etc. möglichst nur einen Ansprechpartner, der von A bis Z alles ko-

ordiniert. Andere wollen z. B. die neue Armatur selbst montieren, brauchen dafür aber handwerkliche Tipps und vielleicht Spezialwerkzeug. Wie lassen sich solche Service-Elemente beim neuen Modell realisieren?

Ein Ärgernis aus Endkundensicht sind die z. T. abschreckend hohen Bruttolistenpreise. Hier darf man nicht nur über optische Kosmetik und Rabatthöhen diskutieren, sondern man muss über Kostensenkungsmöglichkeiten nachdenken und den Mut haben, Kosten verursachergerecht umzulegen. Ebenfalls gilt es herauszufinden, wie (un)wirtschaftlich die Großhandelsausstellungen tatsächlich sind; jede Quersubventionierung erhöht die Produktpreise.

Gefragt sind tragfähige, praxisgerechte und vertrauensbildende Konzepte mit einem realistischen Zeitplan, inklusive der Einbindung von SHK-Betrieben mit Badausstellung. **Endkundenorientierung ja, aber bitte mit Augenmaß und Blick auf die echten Bedürfnisse der Verbraucher und aller an-**



SBZ-Umfrage zur Großhandelsausstellung als Point of Sale

Verkauf an Endkunden um jeden Preis?

deren Vertriebswegpartner. Zur Anregung noch drei Sätze aus dem Leitbild eines SHK-Großhändlers: „Birk versteht sich als Service-Großhandel, der alle seine Aktivitäten zum Nutzen seiner Partner im Handwerk gestaltet und realisiert. Das bedeutet, die Herstellung eines Klimas des Vertrauens und der Berechenbarkeit ist für alle Handlungen des Unternehmens oberstes Gebot. Denn nur wenn uns die Partner im Handwerk vertrauen, können wir als Unternehmen weiter bestehen und wachsen . . .“

Jürgen Wendnagel