



Verkaufsabschlüsse mit dem Endkunden sollen künftig direkt in den Großhandelsausstellungen – im Auftrag des Handwerkers – abgeschlossen werden können

Ende Juni überraschte der Deutsche Großhandelsverband Haustechnik mit der Meldung, dass sich die Fachausstellungen des Großhandels zum Verkauf an Endverbraucher öffnen sollen. Eine Erläuterung des Konzepts haben wir in SBZ 14 vorgestellt und zwei Statements von ZV-SHK und Großhandelsverband in SBZ 15/16 nachgeschoben. Ebenfalls in SBZ 15/16 hatten wir Sie, liebe Handwerkskollegen, nach Ihrer Meinung zu diesem Thema befragt. Nachfolgend nun die Auswertung unseres SBZ-Marktbarometers sowie weitere Kommentare von Handwerk, Handel und Branchenverbänden.

Handwerkermeinungen zur Großhandelsausstellung als Point of Sale

Umsatzchance oder Zerreißprobe für den Vertriebsweg?

Zunächst noch einmal die Konzeptidee des Deutschen Großhandelsverband Haustechnik e. V. in Kürze: Die Großhandelsausstellungen werden laut Mitgliederinformation des DG Haustechnik künftig zum so genannten Point of Sale. Folgendes vereinfachte Ablaufschema ist angedacht. Kommt ein Endverbraucher in eine Großhandelsausstellung wird er nach dem Installateur seiner Wahl befragt. Kann er

keinen benennen, kann er sich einen aus seinem näheren Umfeld aussuchen, bzw. bekommt ihn vom Großhandel empfohlen. Anders als bisher soll nun der Kunde nicht mehr mit einem unverbindlichen Angebot an den Installateur verwiesen werden, sondern der Kaufvertrag direkt in der Ausstellung – im Auftrag des Handwerkers – abgeschlossen werden. Der Großhandel liefert die Ware und der Handwerker stellt die

Rechnung. Dadurch soll gewährleistet werden, dass der Kunde die Ausstellung nicht ohne Unterschrift verlässt und seine Investitionsentscheidung nicht doch noch aufschiebt. Kernpunkt der Bemühungen ist eine engere Verzahnung der einzelnen Räder des dreistufigen Vertriebswegs. Die Detailfragen sind noch nicht geklärt, eine konkrete Umsetzungsempfehlung gibt es seitens des Großhandelsverbandes nicht.

»Eigene Verantwortung statt Musterverträge sind Zeichen einer verantwortungsvollen Handhabung; schließlich setzt der Handwerker „nach“ Auftragsabschluss seine Unterschrift unter den Vertrag.«

(B. Skrobaneck, Annaberg)

»Bei kompletten Badsanierungen fehlt oft dem Kunden und dem Großhandelsberater das technische Hintergrundwissen.«

(Fa. Mergenthaler, Fellbach)

»Mit diesem Konzept ist der Bestechung Tür und Tor geöffnet. In den GH-Ausstellungen wird immer nur der den Auftrag bekommen, der eventuell hohe Umsätze macht oder die besten Beziehungen hat.«

(Kavelmann Küchen + Bäder, Neustrelitz)

Ergebnisse des SBZ-Marktbarometers

Wie stellt sich diese Konzeptidee nun aber in der Praxis dar? Gehen von dem Vorschlag für das Handwerk mehr Chancen als Risiken aus? Weil wir wissen wollten, wie die unmittelbar davon Betroffenen, also Sie liebe Handwerkskollegen, darüber denken, haben wir Ihnen im Rahmen unseres SBZ-Marktbarometers in SBZ 15/16 einige Fragen gestellt. Die SBZ-Redaktion möchte sich bei den vielen Einsendern des Fragebogens ganz herzlich bedanken! Ein zusätzliches Dankeschön gilt denen, die uns noch ergänzende Kommentare geschrieben haben.

Bevor es nun an die Auswertung geht, noch eine Zahl vorneweg: 61 % der Einsender haben keine eigene Ausstellung; demnach sind 39 % ausstellungsführende SHK-Betriebe.

→ **Ausstellungsöffnung, ja oder nein?**

Mit der Öffnung der Großhandelsausstellung unter der Voraussetzung, dass der Kaufvertrag im Auftrag und auf Rechnung des ausgewählten Handwerkers abgeschlossen wird, ist eine Mehrheit von 62 % der Betriebe ohne Ausstellung einverstanden. Ganz anders sehen es die ausstellungsführenden Handwerksunternehmen: Sie lehnten diesen Vorschlag mit einer deutlichen Mehrheit von 90 % ab. Hier besteht viel Klärungsbedarf.

→ **Bisher schon GH-Direktverkauf?**

Einig sind sich alle wieder, wenn es um Großhändler geht, die bereits jetzt und ohne Einbeziehung des Handwerks direkt an Endverbraucher verkaufen: 96 % kennen mindestens einen Händler in ihrer Region, der dies tut.

Die Firma Kapp, Langenselbold, fasst ihren Eindruck vom Branchengeschehen so zusammen: „Jeder Großhändler verkauft schon seit Jahren direkt an Endverbraucher, bis auf ein paar Ausnahmen“.

→ **Vom Zwei- zum Dreistufiger?**

Noch klarer fiel das Votum auf folgende Frage aus: Glauben Sie, dass direktverkaufende Großhändler über die vom DG-Haustechnik empfohlene Variante „im Auftrag und auf Rechnung des ausgewählten Handwerkers“ wieder zum reinen „Dreistufiger“ werden können? – Niemand glaubt daran! Deshalb antworteten alle Einsender mit „nein“.

→ **Raus aus dem Baumarkt?**

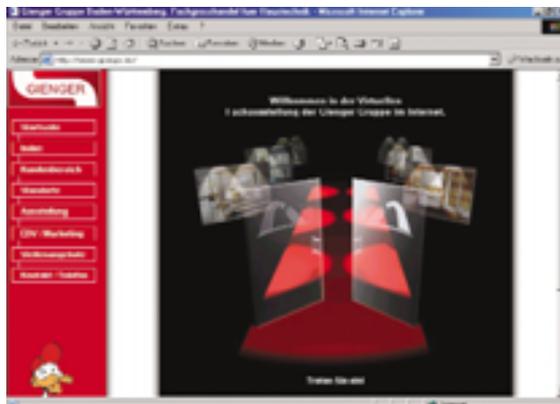
Skeptisch sieht die Mehrheit der Handwerker auch die Möglichkeit, mit diesem Ansatz Endverbraucher aus Baumärkten etc. zurückzugewinnen bzw. ihren Weg dorthin Baumarkt verhindern zu können. 78 % denken, dass dies nicht gelingen wird.

→ **Rechtssichere Verträge entwickeln?**

70 % aller Einsender befürworten es, dass ZVSHK und DG-Haustechnik gemeinsam eine rechtssichere Muster-Verfahrensanleitung entwickeln. Allerdings schließt sich diesem Votum nur jeder zweite SHK-Betrieb mit Badausstellung an.

→ **Einbindung der Ausstellungsbetriebe?**

Bei der Frage „Glauben Sie, dass auch ausstellungsführende Installateure in das Konzept eingebunden werden sollen/können?“



Infoquelle Internet: Eine ansprechend gestaltete virtuelle Badausstellung macht Endkunden Lust auf die Realität

gab es keine signifikanten Unterschiede von Betrieben mit und ohne Ausstellung: Eine Mehrheit von 58 % glaubt nicht, dass diese Einbindung realisierbar ist.

Damit kein falscher Eindruck entsteht: Unser SBZ-Marktbarometer ist keine repräsentative Untersuchung, sondern eine Momentaufnahme vom Stimmungsbild innerhalb des SHK-Handwerks. Und dies fällt recht uneinheitlich aus. Wie sehr die Einschätzungen über Chancen und Risiken von Großhandelsausstellungen als Point of Sale auseinander liegen können, veranschaulichen auch die beiden Zuschriften der Innung München und des Industrieforum Sanitär.

SHK-Handwerker nur noch Großhandelsmonteure

Post erhielt die SBZ-Redaktion von der Innung München. Obermeister Wilhelm Zinoni und Geschäftsführer Thomas Rothmeir schrieben uns:

„Der Deutsche Großhandelsverband Haustechnik e.V. hat mit dem Vorschlag, im Auftrag und auf Rechnung des Handwerkers zu verkaufen, eine erneute Grundsatzz Diskussion über den dreistufigen Vertriebsweg ausgelöst. Zwischenzeitlich hat der Großhandel den ursprünglichen Diskussionsvorschlag bereits als endgültigen Entwicklungsschritt dargestellt! Innerhalb des SHK-Handwerks wird die Meinung vertreten, mit dieser Entwicklung **werde der Ausstieg aus dem dreistufigen Vertriebsweg vorbereitet**. Diese Einschätzung wird genährt durch zahlreiche Ausgestaltungen des DGH-Vorschlags, die nicht im Sinne des Handwerks sein können. Zu diesen zählen u.a. unklare Abwicklungsmodalitäten, die Übertragung des Zahlungsrisikos auf den Hand-

»» Wir finden es besser, wenn unser kaufbereiter Endkunde direkt in der GH-Ausstellung ein Angebot bekommt und zum Kaufabschluss geführt wird... Der Großhandel hat unseren Kalkulationsaufschlag, sodass das Ausstellungspersonal mit unseren Verkaufspreisen agieren kann.«

(Fa. Schuler & Horsch, Losheim am See)

»» Ich befürchte, dass insbesondere der Grosshandel die geplante Öffnung seiner Ausstellungen überbewertet. Unsere Erfahrung zeigt, dass der Kunde ‚sein‘ komplettes und funktionstüchtiges Bad und nicht einzelne Komponenten möchte.«

(Paulsen-Haustechnik, Gelting)

»» Ich würde es begrüßen, wenn der GH seine Kalkulation so aufbaut, dass die Beratung in seiner Ausstellung auch bezahlt werden muss. Wenn ausstellungsführende Installateure diese Kosten nicht mitbezahlen müssten, wäre evtl. eine Rückkehr zum dreistufigen Vertriebsweg wieder interessant .«

(SHK-Betrieb aus Süddeutschland)

Partnerschaft Handel/Handwerk

Beispiel I: Gienger, Kornwestheim

Unter der Überschrift „Gemeinsam Chancen nutzen“ haben die Handwerkerkunden des Großhandelshauses Wilhelm Gienger (in 70803 Kornwestheim) im Juli 2004 einen persönlichen Brief von Dr. Walter Gienger erhalten. Diesen Text wollen wir Ihnen auszugsweise vorstellen:

„... In den letzten Wochen hat sich eine rege Diskussion über unseren dreistufigen Vertriebsweg entwickelt, der durch Baumärkte, Möbelhäuser, Glaser sowie durch die ‚Zweistufiger‘ unter Druck gerät ...

Wir halten es in dieser Situation für geboten, Ihnen darzulegen, wie wir bei Gienger Kornwestheim das Ausstellungs-geschäft handhaben:

- Wir verkaufen nach wie vor nicht an den Endverbraucher!
- Der Fachhandwerker – nicht wir – ist derjenige, der mit dem Bauherren Verträge abschließt ...

- Bauherren, die über Sie in unsere Ausstellung kommen, werden von uns eingehend beraten. Ein aus dieser Beratung resultierendes Angebot geht nahezu tagfertig ausschließlich an Sie; dies selbstverständlich in der Erwartung, dass Sie Ihr (Komplett-)Angebot ebenso umgehend an Ihren Kunden weiterleiten. Das kommentarlose Weitergeben unseres unver-schlüsselten Bruttoangebotes halten wir für falsch und mindert Ihre Auftragschance ...

- Bauherren, die ohne Empfehlung zu uns in die Ausstellung kommen, erhalten eine Kurzberatung ohne schriftliches Angebot.

- Versucht Ihr Bauherr über einen Handwerkerkollegen ein Zweitangebot für sich erstellen zu lassen, werden wir dies zu verhindern suchen. Ausnahme: Sie genehmigen dies in einer Rücksprache.

- Unsere Erfahrung: Geht der Meister mit zur Beratung, dann ist der Auftrag fast sicher. Das ist Ihr und unser gemeinsames Interesse. Nehmen Sie sich diese Zeit.

Sie sehen, wir bauen voll auf Sie und gehen zunächst gerne in die Vorleistung. Das kann auf Dauer nur funktionieren, wenn auch Sie ein fairer Partner sind und den Versuchungen des Direktbezuges, insbesondere bei den Sortimenten Acrylwannen, Duschtrennungen und Badmöbel, weitestgehend widerstehen ...“

Den Endkunden, die die Gienger-Ausstellung besuchen, soll das Konzept mit folgendem Theken-Aufsteller vermittelt werden:

„... Wir heißen Sie willkommen in der Badausstellung Gienger, der Badausstellung des Fachhandwerks. Wir beraten ausschließlich im Auftrag Ihres Installateurs. Daher bitten wir um Ihr Verständnis, wenn wir Sie wegen eines detaillierten Angebots an ihn verweisen. Nur der Fachhandwerker kann Ihnen die volle Gewährleistung und Sicherheit bieten, die Sie in Ihrem eigenen Interesse bei einem Badumbau bzw. sanitären und heizungstechnischen Installationen benötigen ...“

werker sowie die noch offene Frage der Gewährleistungsfristen.

Selbst wenn sich einige Details zum Ablauf juristisch und organisatorisch klären ließen, ändert sich doch nichts an der Tatsache, dass der dreistufige Vertriebsweg aufgebrochen werden soll. Langfristig läuft der Vorschlag darauf hinaus, **dass der SHK-Handwerker nur noch als Monteur auftritt und mit dem Verkaufsgeschäft nichts mehr zu tun hat.** Geöffnet wird diese Tür durch die geplante ‚regionale Verteilung‘ der Aufträge an Handwerksbetriebe, die nahe am Kunden ansässig sind. Eine Garantie über die Vermittlung der Kunden nach den vorgeschlagenen Richtlinien gibt es nicht. Ein Vorschlag über Missbrauchs-

kontrollen liegt ebenfalls nicht auf dem Tisch. Dem Großhandel wird hier ein Verteilungsmechanismus an die Hand gegeben, der sich von marktwirtschaftlichen Kriterien löst – mit dem **Ziel, das Handwerk vom ersten Kundenkontakt zu entkoppeln.** Einer Entwicklung in diese Richtung muss sich das SHK-Handwerk entschieden entgegenstellen!“

Zusätzliche Chancen für vertriebswegetreue Partner

Etwas anders stellt sich die Lage aus Sicht des Industrie Forum Sanitär (IFS) dar, von dem wir folgende Stellungnahme erhielten: „Die Empfehlung des geschäftsführenden

Vorstands des DG Haustechnik zur Gestaltung der Fachausstellungen als „Point of Sale“ zielt darauf ab, Badberatung und Kaufabschluss in einer Weise zu verbinden, die dem Einkaufsverhalten des Endkunden entgegenkommt. Ferner ist das vorgeschlagene Modell **ein sinnvoller und dringend notwendiger Versuch, dem störenden Direktbezug des Handwerks entgegenzuwirken** und damit die einseitige Aufgabe der Vertriebswegeabrede zu revidieren. Das IFS begrüßt die Initiative des Großhandels ausdrücklich und hofft, dass deren Umsetzung schnell und flächendeckend noch in 2004 erfolgt.

Mit der Weiterentwicklung seiner Ausstellungen zum ‚Point of Sale‘ rückt der

»Wir brauchen den „Fachbetrieb Bad“, der professionell und mit geschulten Mitarbeitern funktionsfähige Bäder vermarktet und montiert. Dies kann man durchaus ohne eigene Ausstellung unter Einbeziehung der Großhandelsausstellung leisten, deren Dienstleistung dann auch etwas kosten muss bzw. darf.«

(Paulsen-Haustechnik, Gelting)

»Bei „sauberer“ Umsetzung des neuen Modells kann seitens des Großhändlers auch eine „dringend“ notwendige Handwerkerbereinigung stattfinden.«

(Fa. Mergenthaler, Fellbach)

»Mit diesem Konzept macht sich der Handwerker noch abhängiger vom Großhandel. Auf dem Rücken der Handwerker wird der Kampf zwischen dem dreistufigen Vertriebsweg und der direktvertreibenden Industrie ausgetragen.«

(Kavelmann Küchen + Bäder, Neustrelitz)

Großhandel deutlich näher an die Bedürfnisse des Endkunden und verbessert damit die Chancen aller Vertriebswegepartner im dreistufigen Vertriebsweg, die gegenüber alternativen Absatzkanälen vorhandenen Stärken in Präsentation und Beratung voll auszuspielen. Die Möglichkeit zum unmittelbaren Kaufabschluss im Namen und im Auftrag des kooperierenden Handwerksbetriebes in den mehr als 800 Fachausstellungen des Großhandels wird nach Überzeugung des IFS die ‚Schwelle zum Bad senken‘ und kann so **zusätzliche Nachfrage im dreistufigen Vertriebsweg erzeugen und halten**.

Die Verknüpfung von Beratung und Abschluss sichert die Höherwertigkeit einer Badplanung ab, da eine nachträgliche Reduzierung des Angebots durch den Kunden, wie häufig der Fall, nicht mehr so leicht möglich ist. Ferner kann die Großhandelsausstellung als Point of Sale vermeiden helfen, dass Beratungsleistungen des Fachgroßhandels zwar kostenlos in Anspruch genommen werden, der Abschluss dann aber ganz oder teilweise außerhalb des dreistufigen Vertriebsweges erfolgt. Zudem können sich mittelfristig **neue Absatzchancen für Handel und Handwerk aus der Vermarktung ‚nicht-sanitärer‘ Produkte** wie z. B. Naturstein, Licht, Deko etc. ergeben.

Handwerksbetriebe ohne eigene Ausstellungen werden ihre Bindung an Großhandelsausstellungen als ‚ihre Verkaufsräume‘ intensivieren und ihre Funktion in der Vertriebskette dem Endkunden gegenüber klarer darstellen können. Das IFS sieht in der Anpassung der Großhandelsausstellungen **keine Gefahr für die leistungsfähigen Einzelhandelstreibenden Handwerksfachbetriebe mit eigener Badausstellung** und wird diese, soweit sie voll innerhalb des dreistufigen Vertriebsweges agieren, weiterhin unterstützen. In jedem Fall wird durch die Verknüpfung von Badberatung und Vertragsabschluss in der Großhandelsausstellung für den bisher sowohl zwei-, als auch dreistufig beziehenden Handwerksbetrieb ein Anreiz geschaffen, in die Vertriebswegestreue zurückzukehren.

Soweit im Rahmen der konkreten Umsetzung des Konzeptes an der einen oder anderen Stelle sicherlich noch Fragen zu klären sein werden, **sind diese berechtigten Punkte nicht dazu geeignet, das Konzept von seinem grundsätzlichen Ansatz her in Frage zu stellen**. Zudem werden diese Fragen bereits zwischen den Individualpartnern aber auch in Fachverbandsgremien bearbeitet. Die zusätzlichen Chancen, die sich für alle vertriebswegetreuen Partner unse-

rer Branche ergeben, liegen auf der Hand und sollten deshalb konsequent und zügig genutzt werden.“

Offenheit, Vertrauen und Kontrolle

Unser SHK-Marktbarometer und die Zuschriften zeigen, dass es noch viel Gesprächs- und Klärungsbedarf gibt. Ganz entscheidend ist es nun, offen und partnerschaftlich miteinander zu reden und eben nicht nur die eigenen Vorteile, sondern das Wohl aller im Blick zu haben. Dabei darf es keinen künstlichen Zeitdruck geben. Eine flächendeckende Umsetzung in 2004 – wie es das IFS wünscht – auf Biegen und Brechen durchzuziehen, könnte fatale Folgen haben. Nicht nur, weil man in der Hektik vielleicht die ein oder andere falsche Entscheidung getroffen hat. Viel gefährlicher ist es, wenn sich die Partner aus Handel und Handwerk vor Ort (in den Regionen) nicht ernst genommen fühlen und kein Vertrauen in eine partnerschaftliche Zusammenarbeit entwickeln können. Und regiert erst einmal das Misstrauen, wird gegen- statt miteinander gearbeitet, was zu Lasten aller geht. Wichtig für den Erfolg ist deshalb eine breite Diskussion, eine transparente Informations- und Kommunikationspolitik sowie eine sorgfältige Abstimmung und Vorbereitung. Dazu gehört es auch, die GH-Ausstellungen selbstkritisch unter die Lupe zu nehmen: Sind die Ausstellungs- und Beratungsräume, Öffnungszeiten etc. wirklich endverbrauchergerecht gestaltet? Soll bzw. kann eine Komplettbadberatung durchgeführt werden oder geht es „nur“ darum, einzelne Produkte zu verkaufen? Steht (verkäuferisch) geschultes Personal in ausreichender (!) Zahl zur Verfügung? Und da es leider immer schwarze Schafe gibt, wenn es ums Geld geht, muss ein tragfähiges Konzept auch handhabbare Kontrollmechanismen vorsehen. – Wir werden Sie, liebe Leser, über den weiteren Verlauf auf dem Laufenden halten. JW

Weitere Anregungen/Ideen finden Sie in unserem Leserforum ab Seite 6



Partnerschaft Handel/Handwerk

Beispiel II: Badwelten-Modell

Eine sehr ausführliche Stellungnahme erhielten wir auch von Dr. H.-G. Geißdörfer, Hauptgeschäftsführer Fachverband SHK NRW, die wir aus Platzgründen leider nur auszugsweise wiedergeben können. Dr. Geißdörfer weist darin u. a. auf das „Badwelten“-Modell hin, wo Handwerk und Fachgroß-

handel bereits seit 1997 partnerschaftlich zusammenarbeiten.

„...Wir können es uns alle nicht mehr leisten – die Zahlen sprechen für sich – den Kunden in einen anderen Vertriebsweg zu schicken, wenn sein Wunsch nicht in unser teilweise zu starres Korsett passt. Ziel muss es sein, die Attraktivität des Vertriebsweges für jeden Kunden zu erhöhen. Änderungen müssen vertriebskonform erfolgen. Nur dann kann das Handwerk zu den gewünschten Änderungen seine Zustimmung geben. Der Fachverband Nordrhein-Westfalen hat bereits 1997 durch die Unterstützung der Gründung von Badwelten in Nordrhein-Westfalen dieses Problem erkannt und damit wegweisende Schritte im Hinblick auf die Wiedergewinnung verloren gegangener Märkte eingeleitet... Heute gibt es ca. 15 Badwelten in 27 Innungen in NRW; 1000 Betriebe sind einbezogen mit über 90 Verkaufsstellen... Die Fachgroßhändler und die Badwelt bilden eine enge Kooperation. Die Fachgroßhändler richten in ihren Niederlassungen gesonderte Verkaufsräume für die Kunden ein. Diese Räume sind von dem Verkauf an das Handwerk getrennt. Alle Verkäufe an Endkunden erfolgen nur im Namen und auf Rechnung für Badwelt...“

Innungen müssen Missbrauchskontrollen durchführen: Der Fachverband NRW vertritt die Meinung, dass der Handel die Bücher offen legen muss, Vertrauen ist gut – aber Kontrolle ist besser. Diese Kontrollen finden regelmäßig bei den Badwelten statt.“