

**Trendkongress analysiert die Ergebnisse einer Handwerkerbefragung**

Ende Oktober 2004 fand im Kölner Maritim Hotel der „1. Querschiesser-Trendkongress“ statt. Die Veranstaltung sollte den Teilnehmern aus Industrie und Handel helfen, sich über die neuesten Entwicklungen in der deutschen SHK-Branche zu informieren und sich Anregungen fürs Geschäft zu holen. Dazu wurden die bemerkenswerten Ergebnisse einer großen, aktuellen Branchenumfrage im SHK-Handwerk präsentiert und analysiert.

# Wohin bewegt sich die SHK-Branche?

**W**issen ist nicht Macht. Wissen ist Umsatz. – 240 000 Antworten aus dem SHK-Handwerk verdienen Beachtung. – Dieses Motto zierte (nicht nur) die Tagesordnung des 1. Querschiesser-Trendkongresses, sondern stellte auch die Verbindung zur einer Studie her, auf der das gesamte Vortragsprogramm basierte. Die Primärdaten der aktuellen Querschiesser-Studie stammten aus einer exklusiven und umfangreichen SHK-Handwerkerbefragung. Dazu wurden nach Angaben von Hans-Arno Kloep, Geschäftsführer der Querschiesser-Unternehmensberatung, rund 1000 ausgefüllte Fragebögen (mit je 200 Fragen) sowie 1000 Telefoninterviews und 500 persönliche Interviews ausgewertet (mit je ca. 30 Fragen).



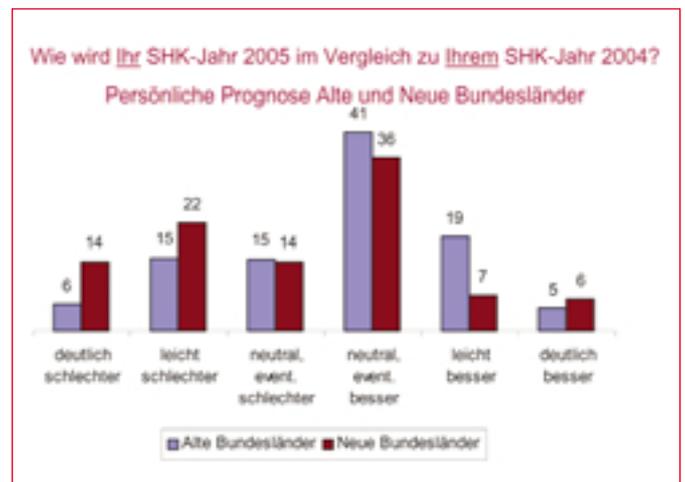
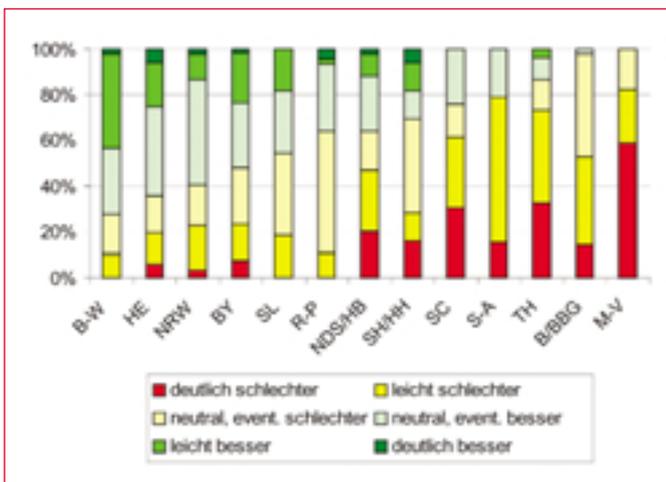
**Hans-Arno Kloep (42) mahnte Industrie und Handel, auf die aus Handwerkersicht wirklich wichtigen Bedürfnisse einzugehen, wie z. B. Reklamationsverhalten, Ersatzteilversorgung, Vertriebswegtreue**

**Kontroverse Meinungen**

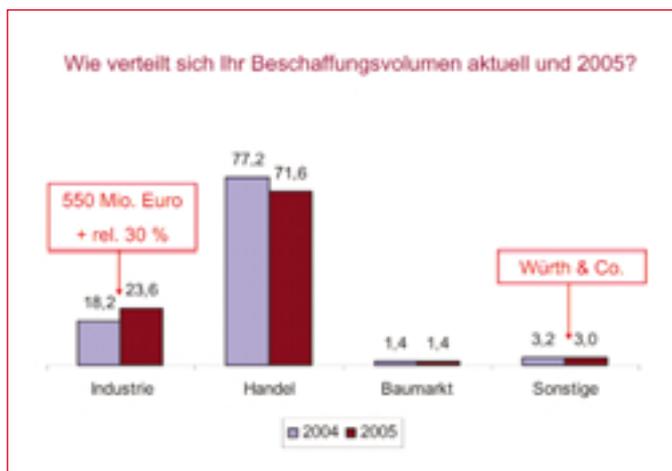
Über 70 Teilnehmer, die vor allem aus der zwei- und dreistufig liefernden Industrie sowie aus dem Großhandel stammten, erlebten eine Ein-Mann-Show, die es in sich hatte. Denn Hans-Arno Kloep (42) bestritt nicht nur das fast siebenstündige Kongressprogramm alleine, sondern nahm oft auch kein Blatt vor den Mund. Einige Teilnehmer nahmen Anstoß an dieser Direktheit, weil Kloep die Strategien mancher Unter-

nehmen drastisch kritisierte. Andere wiederum fanden es gut, dass hier endlich einmal jemand Klartext redete. Langeweile kam jedenfalls nicht auf.

Bei den Ausführungen des studierten Wirtschaftswissenschaftlers wurde immer wieder deutlich, dass am Rednerpult jemand mit Branchenkenntnissen stand. Denn der Hans-Arno Kloep war vor seiner Selbstän-



Das Bild verdeutlicht, wie drastisch unterschiedlich die Marktentwicklung 2005 in den einzelnen Bundesländern von den SHK-Handwerkern eingeschätzt wird



Umschichtung des Beschaffungsvolumen in 2005: weg vom Handel und hin zu Direktanbietern

▼ Die grundsätzliche Bereitschaft zur Umschichtung von drei- auf zweistufigen Bezug ist bei der Handwerkerschaft stark ausgeprägt



digkeit seit Mitte 2004 als Verkaufs- und Vertriebsleiter in SHK-Industrie- und -Handelsunternehmen tätig (zuletzt als Hauptbereichsleiter bei der Nordwest Handel AG). Nachfolgend nun ein komprimierter Auszug zu einigen wichtigen Ergebnissen und Erkenntnissen für Handwerk, Handel und Industrie.

## Markteinschätzung für 2005

Unter dem Titel „Zwischen goldenem Boden und dünnem Eis“ stellte Kloep zunächst die aktuelle Markteinschätzung der befragten Handwerker vor. Unter diesem Block gab es die Frage nach der Einschätzung der eigenen Geschäftslage: „Wie wird Ihr SHK-Jahr 2005 im Vergleich zu Ihrem SHK-Jahr 2004?“ In eher positivem Licht sehen das kommende Jahr 65 % der Befragten in den alten Bundesländern und nur 49 % in den neuen Ländern. Allerdings ist von Euphorie keine Spur, denn ein Anteil von 41 % bzw. 36 % tendieren zur Einstufung „neutral, eventuell besser“, 19 % bzw. 7 % zu „leicht besser“ und 5 % bzw. 6 % zu „deutlich besser“. Interessant sind noch folgende Tiefenauswertungen:

- Kooperierende Handwerker sind zuversichtlicher als Einzelkämpfer (63 % zu 50 %)
- Aktive Einzelhändler sind zuversichtlicher als Handwerker ohne ausgeprägte Verkaufsorientierung (61 % zu 49 %)
- Handwerker mit Ausstellung sind zuversichtlicher als Handwerker ohne (63 % zu 57 %)
- Handwerker mit Internethomepage sind zuversichtlicher als Handwerker ohne (72 % zu 58 %)

Das Fazit von Kloep zur wirtschaftlichen Entwicklung in 2005 lautete:

- Maximal 1 % Wachstum im Durchschnitt für das Handwerk. In den alten Bundes-

ländern über 1 %, in den neuen Bundesländern unter 1 %.

- Maximal 1 % Wachstum im Durchschnitt für die Hersteller.
- Kein Wachstum für den Großhandel, bedingt durch verändertes Beschaffungsverhalten der Handwerker (z. B. Direktbezug).



### Die eingangs erwähnte Querschüssler-Studie ist für Handel

und Industrie bestimmt und kostet 900 Euro (zzgl. MwSt). Für diese Zielgruppe werden zudem abgestufte Dienstleistungen in den Bereichen Trendforschung, Strategieentwicklung, Strategieumsetzung und Know-how-Transfer (Adresslieferung) angeboten.

- Basierend auf die Studie hat Hans-Arno Kloep einen etwa zweistündigen Vortrag speziell auf die Belange des Handwerks ausgearbeitet. Dieser Vortrag kann z. B. von Innungen und Verbänden aber auch von Unternehmen aus der Industrie und dem Handel für deren Handwerkerkunden abgerufen werden.

Weitere Informationen zu den beiden Angeboten:

Querschüssler Unternehmensberatung  
Telefon (0 28 01) 98 69 25  
Telefax (0 28 01) 98 69 27  
[www.querschuessler.de](http://www.querschuessler.de)

## Produkte mit guten und schlechten Aussichten

Unter dem Titel „Alte Platzhirsche und junge Wilde“ wurde die Entwicklung vieler Warengruppen aus dem Sanitär- und Heizungsbereich vorgestellt (inkl. regionaler Ausprägungen) sowie die Namen von Gewinnern und Verlierern auf Herstellerseite genannt. Davon einige Auszüge:

### ● Solarthermie

30 % der befragten Handwerker erwarten eventuell eine Besserung, 34 % eine leichte und 13 % eine deutliche Besserung. Größtes Wachstum wird für Baden-Württemberg prognostiziert. Aber auch in den meisten anderen Bundesländern soll es aufwärts gehen.

### ● Photovoltaik

Wird als „absoluter Trendmarkt für die nächsten Jahre“ eingestuft. 26 % der befragten Handwerker erwarten eventuell eine Besserung, 24 % eine leichte und 15 % eine deutliche Besserung. Größte Zuwächse soll es in Baden-Württemberg sowie entlang der Ostsee geben. Ebenfalls gut dabei: Rheinland-Pfalz, Hessen und NRW.

### ● Feststoff- und Pelletkessel

30 % der befragten Handwerker erwarten eventuell eine Besserung, 31 % eine leichte und 9 % eine deutliche Besserung. Größtes Wachstum wird für Mecklenburg-Vorpommern prognostiziert. Aber auch in

Baden-Württemberg, Bayern, Thüringen und anderen Ländern zeigt die Tendenz nach oben.

● **Wannen**

Trends: Stahl behauptet sich gegen Acryl; Acrylwannen werden umgeschichtet auf Direktanbieter

● **Duschabtrennungen**

Trends: Umschichtung auf Direktanbieter; Geo und Breuer ohne Chance im Handwerk

● **Badausstattung**

Trends: Umschichtung auf Direktanbieter; Verlust an Baumärkte

● **Badmöbel**

Trends: Deutliche Umschichtung auf Direktanbieter; weitere Verluste für die etablierten dreistufigen Anbieter

oft wie möglich oder immer) die Hersteller, die eine **Gewährleistungsvereinbarung** mit dem ZVSHK / BHKS geschlossen haben.

● **Woran erkennt man einen Handwerker mit Erfolgspotenzial?** Ganz sicher: Mitglied in einer Handwerkerkooperation; Einzelhandelsaktivitäten; 3D-Badplanung. Relativ sicher: Qualität der Homepage; Wahrscheinlich: Ausstellung in Verbindung mit Werbeaktivität.

## GH-Ausstellungsöffnung ein Desaster

Als Desaster bezeichnete Kloep die Diskussion um die Öffnung der Großhandelsausstellungen, da die Stimmung im Handwerk sich seither verschlechtert hätte. Auch dadurch dürfte wohl der mit 72 % recht hohe Umschichtungswille im SHK-Handwerk vom Handel auf Direktanbieter herrühren.

Kloeps Handlungsempfehlungen für die Handwerker lauteten u. a.: „Setzen Sie neue, intelligente Technologien ein. Greifen Sie ökologische Trendthemen auf. Zeigen Sie bei Wellness Profil oder lassen Sie es sein.“

## Studienergebnisse für die Praxis nutzen

Bei der Vielzahl von interessanten Ergebnissen und Erkenntnissen dürfte wohl jeder Teilnehmer etwas Wertvolles für sich und sein Unternehmen vom Querschiesser-Trendkongress mitgenommen haben. Sicherlich gab es bei einzelnen Auswertungspunkten Ungereimtheiten und bei manchen Schlussfolgerungen blieben Fragezeichen. Auch wurden in Köln nicht nur neue Einsichten präsentiert. Doch letztlich hat sich Hans-Arno Kloep auf seinem



**K.o.-Kriterien Industriepartner:** Nicht die Rabatte interessieren die Handwerker in erster Linie, sondern Reklamationsverhalten, Lieferservice und Ersatzteilversorgung



**K.o.-Kriterien Großhandelspartner:** Auch hier stehen nicht die Konditionen ganz oben, sondern Vertriebswegtreue, Lieferservice und Reklamationsverhalten

## Interessante weitere Ergebnisse

- Auf die Frage „Wie werden sich Ihre **Einkaufspreise** in 2005 im Vergleich zu 2004 entwickeln?“ war die Mehrzahl der befragten Handwerker pessimistisch: 81 % erwarten eine Verschlechterung. Diese Grundhaltung besserte sich bei der Frage nach der **Verkaufspreis**-Entwicklung nur leicht: 66 % sehen auch hier tendenziell eine Verschlechterung auf sich zukommen.
- 89 % der Handwerker sehen sich durch die **Schwarzarbeit** in ihrer Region bedroht
- 83 % empfinden die **Konzentration im Großhandel** als Bedrohung
- 52 % stufen die Kreditbewertungsrichtlinien von **Basel II** als bedrohlich ein
- 85 % der Handwerker bevorzugen (so

Der Großhandel werde darauf wohl mit einem Zuwachs von klassischen Handelsmarken im Sortiment reagieren. Markenhersteller, die keine Handelsmarke produzieren, werden große Probleme bekommen, prophezeite Hans-Arno Kloep. Deshalb riet er den Herstellern, die Handelsmarkeentwicklung genau zu beobachten. Zudem empfahl er, auf der ISH den Handwerkern statt einer Produktneheitenflut ein „Rundum-Sorglos-Paket“ zur Schmerzvermeidung zu präsentieren. Die Händler regte er an, ein klare Kante bezüglich der Vertriebswegtreue und „offene Sanitärausstellung“ zu zeigen. Zudem sollten sie bei der Badplanung in den Sanitärausstellungen das Know-how (und ggf. auch die Technik) aufrüsten.

1. Trendkongress wacker geschlagen und ist keiner noch so kritischen Teilnehmerfrage ausgewichen. Und der agile Jung-Unternehmensberater hat mit seiner Handwerkerumfrage einige zentrale und brennende Themen der SHK-Welt mit konkreten Zahlen unterfüttert, die Ergebnisse ausgewertet, interpretiert und interessante Handlungsempfehlungen abgeleitet. Nun liegt es an den Marktteilnehmern, das Potenzial dieser Umfrage und die Erkenntnisse daraus zu nutzen oder aus den Daten bzw. Resultaten eigene Schlüsse und Handlungsweisen abzuleiten. Und zwar im Sinne eines partnerschaftlichen, vertrauensvollen Miteinanders von Handwerk, Handel und Industrie.

JW