

Industrieforum Sanitär mit kritischer Branchenanalyse

# Druck auf Hersteller nimmt zu

Strukturprobleme im dreistufigen Vertriebsweg und zunehmende Beschaffungsaktivitäten des Großhandels im Ausland bringen immer mehr Markenartikler in eine schwierige Lage. Ein schwacher Inlandsmarkt verstärkt die Probleme der im IFS zusammengeschlossenen deutschen Anbieter.

Der dreistufige Vertriebsweg muss sich wachsende Sorgen um seine Wettbewerbsfähigkeit machen. So fehlt es nach wie vor an einer überzeugenden Verbraucherorientierung. Das geht nicht zuletzt zu Lasten der an der Profi-Schiene festhaltenen Markenproduzenten, die darüber hinaus bei Großhandel und Handwerk problematische Beschaffungstendenzen beobachten.“ So lautet die kritische Branchenanalyse, die das Industrieforum Sanitär (IFS) Mitte September in den Mittelpunkt einer Fachpressekonferenz rückte. Da auch die Inlandsumsätze 2005 im Abwärtstrend liegen, zeichnete der Herstellerkreis in Frankfurt ein eher düsteres Bild der gegenwärtigen Gesamtsituation.

## 2005 noch einmal ein Umsatzeinbruch von durchschnittlich 7,2 %

Der Heimatmarkt brachte den 19 IFS-Mitgliedern mit einem Minus von 7,2 % in den ersten acht Monaten des laufenden Jahres unter dem Strich eine herbe Enttäuschung, berichtete Geschäftsführer Wolfgang Burchard. Während sich die Einbußen der Produzenten von Armaturen und Accessoires bzw. Keramik noch im einstelligen Bereich bewegten, müsse man bei den Anbietern von Acryl- und Whirlwannen sowie Duschabtrennungen abermals von einer dramatischen Entwicklung mit Umsatzrückgängen von zum Teil 15 % sprechen. Erschwerend komme die ungebrochene Material- und Energieverteuerung hinzu. So habe der Kupferpreis bis Juli 2005 nochmals um 22,4 % (nach 43,7 % in 2004) angezogen. Eine ähnliche Klettertour verzeichne Stahl. Die Energiepreise erhöhten sich allein in den ersten sieben Monaten dieses Jahres um 11,5 %.

IFS-Präsidiumsmitglied Dr. Georg Wagner (v.l.), Präsident Dr. Karl Spachmann, PR-Chef Frank Linnig und Geschäftsführer Wolfgang Burchard forderten zahlreiche Veränderungen innerhalb des dreistufigen Vertriebswegs



## Mondpreise an Realität anpassen

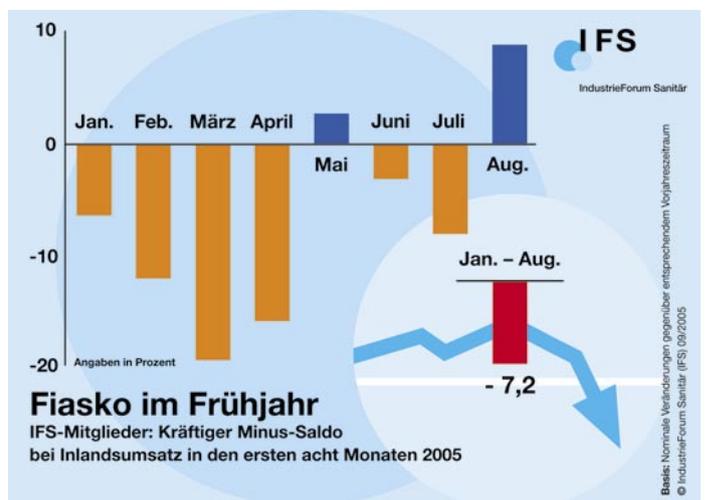
In Anbetracht dieser für die Hersteller teilweise dramatischen Entwicklungen mahnte Dr. Karl Spachmann abermals die Beseitigung struktureller Unzulänglichkeiten im Branchengefüge an. Gründe und Anlässe gibt es genug, hob der IFS-Präsident hervor. Priorität habe die einfache und transparente Gestaltung des dreistufigen Vertriebsweges für den Endverbraucher. Dazu gehöre zunächst, dass er die Großhandelsausstellungen als Schaufenster der Branche wahrnehme. Das schließe die Möglichkeit ein, dort „zumindest bestimmte Produkte unmittelbar zu kaufen“. Zudem sei es erforderlich, die Mondpreise in den Bruttopreislisten der Realität anzupassen. Dabei gehe es nicht darum, in der Liga von „Aldi, Tchibo & Co.“ mitspielen zu wollen. Stattdessen gelte es, die Chance zur überzeugenden Abgrenzung gegenüber alternativen Vertriebsformen zu nutzen, wenn Marken-

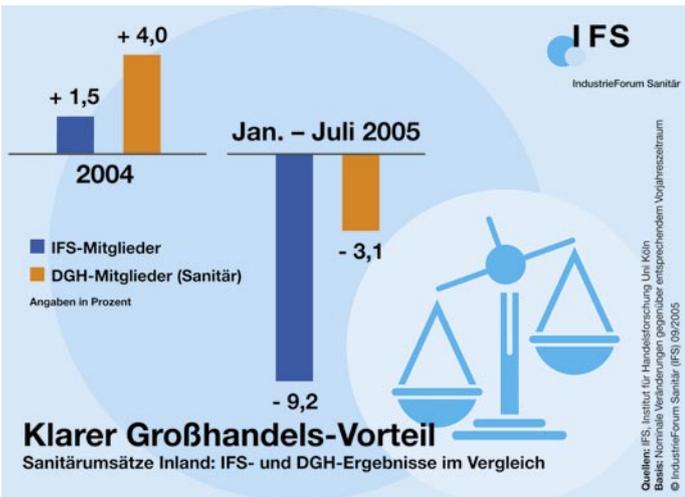
qualität, Angebotsvielfalt, professionelle Logistik, fachgerechte Installation und nachhaltiger Service gefragt seien.

## Überflüssige Ausgabenblöcke gefährden Dreistufigkeit

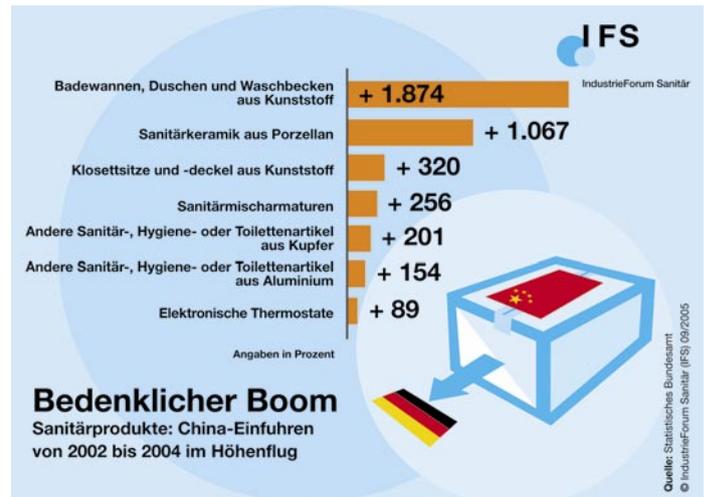
Die Industrie habe ihre Betriebe inzwischen mit schmerzhaften Einschnitten auf optimale Produktivität getrimmt. Weitere Möglichkeiten zur Kompensation der galoppierenden Rohstoffpreise sieht Spachmann daher nicht. Umso unverständlicher seien Aktivitäten und Ausgabenblöcke, mit denen Großhandel und Handwerk die Wettbewerbsfähigkeit des Vertriebsweges gefährdeten. Selbstkritisch müsse man zugeben, dass die Industrie dem nicht energisch genug entgegen trete. Als Beispiele dafür nannte der IFS-Präsident die wachsende Zahl von Großhandels-Hausmessen, bei denen die Industrie nicht „ganz freiwillig“ teilnehme sowie die Subvention von Werbemaßnahmen des

**Enttäuschung:** Der Heimatmarkt brachte den 19 Mitgliedern des Industrieforum Sanitär in den ersten acht Monaten 2005 ein herbes Umsatzminus von 7,2 %





Laut IFS bestätigen die Unterschiede bei den Inlandsumsätzen den Trend zu ausländische Bezugsquellen. Das gehe zu Lasten der Markenproduzenten und gefährde den dreistufigen Vertriebsweg



Die rapide wachsenden Importe aus China stellen, so die deutschen Markenproduzenten, den dreistufigen Vertriebsweg in Frage. Denn der Großhandel interessiert sich laut IFS verstärkt für Produkte aus Asien

Großhandels (Badbücher, Kundenzeitschriften etc.) ohne erkennbare Wertschöpfung. Zur Verteuerung der Produkte trage auch bei, dass die meisten Bestellungen im Edifact-Zeitalter immer noch per Fax eingingen und nicht auf elektronischem Wege sowie die verstärkte Atomisierung des Bestellverhaltens.

Als weiteres Problem sieht das IFS die zunehmende Generalisierung im Handwerk. Man halte das nicht für ein geeignetes Zukunftsmodell. Spachmann plädierte deshalb für eine konsequente Spezialisierung. Sie erlaube dem Installateur letztlich, die Montage als Kernkompetenz rentabel zu vermarkten und damit die Subventionierung über den Warenumsatz zu beenden. Das gemeinsame Bemühen um mehr Wettbewerbsfähigkeit mache allerdings nur dann Sinn, wenn die Vertriebspartner an dem dreistufigen Bündnis „wirklich festhalten wollen“. Genau daran gebe es jedoch berechtigte Zweifel. So reklamierten Großhandel und Handwerk etwa im Beschaffungssektor einseitig Freiheiten für sich. Spachmann abschließend: „Diese Einbahnstraße kann auf Dauer nicht funktionieren und von der Industrie auch nicht akzeptiert werden.“

## Großhandel setzt zunehmend auf ausländische Hersteller

Mit besonderem Befremden sieht das IFS auch das Einkaufsverhalten des Großhandels, der in zunehmendem Maße auf ausländische Anbieter setze. IFS-Präsidiumsmitglied Dr. Georg Wagner monierte, dass Italien, Spanien, Dänemark und Türkei heute bereits fast klassische Lieferländer für Großhandel und Handwerk seien. Der sonst häufig bemühte Branchenkonsens werde von den Vertriebspartnern regelmäßig mit dem Hinweis auf die individuelle un-

ternehmerische Entscheidungsfreiheit ausgehebelt. Eine neue Brisanz erfahre der Komplex durch die rapide wachsenden Importe von Sanitärprodukten aus China. Dabei seien die Qualitätsmängel derartiger Produkte hinlänglich bekannt und u. a. durch Untersuchungen der Arbeitsgemeinschaft Sanitärarmaturenindustrie nachgewiesen worden. Was für Armaturen gelte, treffe auch andere Sanitärerzeugnisse zu. Trotzdem scheine sich der SHK-Großhandel verstärkt für das Beschaffungsland China zu interessieren. Das Spektrum reicht zudem, erläuterte Wagner, von der Eröffnung eines Einkaufsbüros in China über die Rücksendung einer kompletten Lieferung wegen mangelhafter Qualität bis zu Besuchen namhafter deutscher Großhändler in chinesischen Produktionszentren. All das seien „ernste Signale“, die das Qualitätsbündnis im dreistufigen Vertriebsweg in Frage stellten. Das schlage sich auch in den Zahlen nieder. Während die IFS-Hersteller 2004 lediglich ein Plus von 1,5 % erzielten, brachten es die Sanitärgroßhändler im DG Haustechnik auf 4,0 %. Noch deutlicher fielen die Abweichungen von Januar bis Juli 2005 aus: Einem Minus von 9,2 % bei den IFS-Firmen stand ein nur moderater Rückgang von 3,1 % bei den DGH-Mitgliedern gegenüber. Wagner: „Das ist auf Dauer nicht mit Lagerabbau oder statistischen Sondereinflüssen zu erklären.“ Auch die Mitte September 2005 in Düsseldorf veranstaltete Messe „China-Sourcing“, auf der auch Einkäufer des Großhandels unterwegs waren, habe den Trend bestätigt. Zu attraktiv erscheine offenbar das schnelle und lukrative Geschäft mit Billigware, die zudem als Plagiate innovativer Markenoriginalen auf den Markt komme. Es bleibe nur zu hoffen, dass der Großhandel das Risiko kenne, das aus dem Bezug fehlerhafter Sanitärpro-

**Dem IndustrieForum Sanitär** gehören Bette, Burgbad, Dornbracht, Duravit, Duscholux, Geberit, Grohe, Hansa, Hansgrohe, Hülpe, Ideal Standard, Kaldewei, Keramag, Keuco, Kludi, Koralle, Sanipa, Viega und Villeroy & Boch an.

dukte resultiere. Wenn die heimische Nachfrage verstärkt auch über ausländische Bezugsquellen bedient werde, gefährde dies den dreistufigen Vertriebsweg in seiner Gesamtheit. IFS-Präsident Dr. Karl Spachmann und Präsidiumsmitglied Dr. Georg Wagner machten deutlich, dass die 19 namhaften im IFS zusammengeschlossenen Hersteller am dreistufigen Vertriebsweg festzuhalten wollen, nicht aber gewillt sind den für die deutschen Markenartikel bedrohlichen Entwicklungen tatenlos zuzusehen. Somit dürfte die Diskussion rund um die Branchenentwicklungen in eine neue Runde gehen.

**Leserbriefe**  
Meinungen und Kommentare zu Beiträgen bitte möglichst per E-Mail an die SBZ-Redaktion unter [leserforum@sbz-online.de](mailto:leserforum@sbz-online.de)