

Premiere für das VDS-Badforum

# Von Marktforschung bis Design

„Das Bad, die Verbraucher und das Ende vom Massenmarketing“ lautete der Titel der Programmankündigung zum 1. VDS-Badforum. Anfang Juni trafen sich zu diesen Themen 100 aufmerksame Zuhörer aus Handwerk, Handel und Industrie im Hamburger Designhotel Side.

Eine Dialog-Plattform schaffen, die jenseits der Tagesroutine den Blick für Trends, Entwicklungen, Veränderungen schärft sowie mögliche Antworten darauf eröffnet: Von dieser Maxime ließ sich die Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) bei ihrem 1. Badforum leiten. Knapp 100 Branchenvertreter hatten sich zu der Premiere angemeldet. Vier Referenten besetzten ganz unterschiedliche Themenfelder und standen dem Plenum auch zur Diskussion zur Verfügung. Damit wollte der Dachverband von Industrie, Fachgroßhandel und Fachhandwerk nicht zuletzt für neue Denkanstöße sorgen.

## Impulse fürs Tagesgeschäft

In seiner Begrüßung wies der VDS-Vorsitzende Fritz-Wilhelm Pahl auf die Notwendigkeit neuer Ideen und Sichtweisen im Bad-

sektor hin, denn auch die Sanitärbranche be- wege sich in einem rasch wandelnden Markt- tumfeld.

Gerade die seit Jahren angespannte Situa- tion am deutschen Badmarkt werfe die Fra- ge nach richtigen Wegen und innovativen Konzepten auf, die auf dem Fundament „unseres dreistufigen Prinzips“ einerseits zur erfolgreichen Wettbewerbsdifferenzierung erforderlich und andererseits tragfähig sind. Dazu brauche man Impulse von außen. Dementsprechend habe man Referenten- und Themenmischung des Hamburger Bran- chentages gewählt. Den Auftakt der Referate bildeten die Ausführungen von Jens J. Wischmann. Der VDS-Geschäftsführer stelte das jüngste Marktforschungs-Projekt der Branchendachorganisation vor. Die für 34,1 Millionen Privathaushalte repräsentative Studie der Gesellschaft für Konsumfor- schung lieferte umfangreiche Fakten-, Trends- und Meinungen. Detaillierte Infos hierzu gibt es hierzu in einem extra SBZ-Bei- trag ab Seite 50.

## Gutes Marketing wird immer wichtiger

Ein Weckruf in Sachen Marketing an Hand- werk, Handel und Industrie kam von Prof. Dr. Martin Fassnacht. Er ging den häufigsten Marketingfehlern sowie den Möglichkeiten sie zu vermeiden bzw. zu beseitigen auf den Grund. Dabei stellte der Inhaber des Lehr-

stuhls für Betriebswirtschaftslehre u. a. fol- gende Thesen in den Mittelpunkt:

- Durch ein falsches Marketing-Verständnis werden Umsatz- und Gewinnpotenziale verschenkt. Marketing darf nicht als Kom- munikationsunterstützung des Vertriebs, sondern muss als Ansatz zur marktorien- tierten Unternehmensführung verstanden werden.
- Marketingentscheidungen werden häufig intuitiv und nicht systematisch getroffen. Um die Professionalität zu erhöhen, müs- sen Unternehmen Marketingprozesse mit klaren Verantwortungsbereichen schaffen und empirisch absichern.
- Viele Unternehmen differenzieren sich nicht genug. Der Erfolg von Produkten/ Marken hängt in Zukunft verstärkt davon ab, ob Unternehmen eine USP haben und sich dadurch in entscheidungsrelevanten Eigenschaften unterscheiden können.
- Bei der Positionierung von Unternehmen gilt: Wer für alles steht, steht letztlich für nichts. In Zukunft sind die Unternehmen erfolgreich, deren Produkt/Marke in einem Satz definierbar ist und die sich durch ma- ximal zwei kundenrelevante Eigenschaften auszeichnen.
- Die „standardisierte Einzelfertigung“ ist das Prinzip der Zukunft. Produkte werden standardisiert und nur dort differenziert, wo dies der Kunde wahrnimmt.
- Das professionelle Preismanagement wird zum zentralen Erfolgsfaktor. Dabei kristal-



lisieren sich zwei Aspekte heraus: Einerseits lassen sich Erträge durch innovative mehrdimensionale Preiskonzepte verbessern; andererseits gewinnen neben den Produktpreisen die Nutzenpreise der Produkte an Bedeutung.

- Verkauf und Distribution erfolgen künftig auf Basis weniger Zwischenstufen. Das führt zur Eliminierung von Stufen, die keinen Mehrwert leisten.

### Deutschland altert – negative Entwicklungen im Anmarsch

Für ein richtiges Gänsehaut-Feeling sorgte das Referat von Prof. Dr. Jürgen W. Falter. Der Leiter des Instituts für Politikwissenschaften der Johannes-Gutenberg-Universität in Mainz, vor allem durch seine ARD-Wahlanalysen bekannt, konstatierte einen galoppierenden Alterungsprozess in Deutschland. Von Generation zu Generation gebe es ein Drittel zu wenig Kinder, um das quantitative Bevölkerungsniveau zu halten. Deshalb lasse sich heute schon exakt berechnen, wann das Durchschnittsalter in der Bundesrepublik zwischen 55 und 60 Jahren liege. Das bedeute, dass sich dann jede(r) Zweite bereits dem Vorruhestand nähere.

Das führe zu gravierenden negativen Auswirkungen in allen gesellschaftlichen Bereichen. So werde die Rente aufgrund der Alterpyramide und der sinkenden Gesamtbevölkerungszahl in Deutschland für die meisten Senioren sehr viel geringer als erwartet ausfallen. Folgen seien eine größere Altersarmut sowie rückläufige Lebensstandards in großen Teilen der Bevölkerung und eine sinkende Kaufkraft.

Die Sanitärwirtschaft müsse sich auf die kommende Gesellschaft der rüstigen Greise einrichten. Die Bäder und Toiletten der Zukunft



seien altengerecht zu konzipieren und zu realisieren. Dagegen habe modernistischer Design-Schnickschnack kaum noch Chancen. Die schonungslose Kardinalbotschaft des Referenten an seine Zuhörer: „Ohne eine grundlegende Mentalitätswende werden Deutschland und weite Teile Europas zu Altenheimen, die irgendwann mit der Dynamik der ‚jungen‘ Fernoststaaten und der Schwellenländer nicht mehr mithalten können.“ Prof. Falter beschrieb die herannahenden ökonomische Probleme so plastisch, sodass viele Teilnehmer des Badforums sehr nachdenklich wurden.

Ergo oblag es Prof. Dr. Peter Zec, Vorstand des Design Zentrums Nordrhein-Westfalen als letztem Referenten, mit seinen Ausführungen rund ums Design die Mienen der Zuhörer wieder zu erhellen.

Per Saldo lieferte die Veranstaltung „Denkanstöße“ und fundierte Daten für die strategische Ausrichtung eines jeden Betriebes. Und das ganz gleich, ob aus Handwerk, Handel und Industrie. Schade nur, dass nicht mehr helle Köpfe das 1. VDS-Badforum besucht haben, gelohnt hätte es sich allemal. □

