

Mut zum Markt

Unter dem Motto „Wir mischen mit“ fand Ende Oktober in Kiel die dritte Fachtagung des Grohe Profi Clubs statt, der inzwischen über 1500 Mitglieder zählt. Im Mittelpunkt der Veranstaltung stand das Dauerbrennerthema Nr. 1: die Einzelhandelsfunktion.

Mit dem Sprichwort „Fehlt's am Winde, so greif' zum Ruder!“ leitete Dr. Michael Pankow, Geschäftsführer Grohe Deutschland, seinen Eröffnungsvortrag vor den 500 Teilnehmern der Club-Fachtagung ein. „Selbst aktiv werden und nicht darauf warten, daß der Geschäftswind von alleine wieder auffrischt“ war sein zentraler Appell nicht nur an die Zuhörer. „Egal, ob Industrieunternehmen, Großhandel- oder Handwerks-ebene: Eigeninitiative ist in jedem Unternehmen gefragt, das seine Zukunft erfolgreich gestalten will,“ führte Dr. Pankow weiter aus. Entscheidend sei vor allem, aus den Marktrealitäten die richtigen Konsequenzen zu ziehen und diese zur rechten Zeit einzuleiten. Und hinsichtlich Kundenorientierung in der SHK-Branche meinte er: „Zwar sollten die Kunden eigentlich schon immer das Maß aller Dinge gewesen sein, aber in den ‚fetten Badjahren‘ konnte man sich bei der Beachtung dieser Regel eine gewisse Großzügigkeit leisten, ohne kurzfristig dafür die Quittung zu bekommen. Und daß sich die Verbraucher insgesamt verändert haben, wurde oft bestenfalls beiläufig registriert.“ Als eine Art Erfolgsthese formulierte der Grohe-Geschäftsführer deshalb: „Wer die individuel-

Grohe Profi Club-Fachtagung in Kiel



len Bedürfnisse der Kunden am besten erfüllt, gewinnt den Kampf um den neuen Verbraucher der 90er Jahre.“

Weiterentwicklung erforderlich

Nach den Worten Dr. Pankows ist der klassische Vertriebsweg aus Grohe-Sicht kein Auslaufmodell. Stattdessen bemühe man sich intensiv um seine marktgerechte Weiterentwicklung. Vier Elementen komme dabei eine besondere Bedeutung zu:

- Kräftige Steigerung der Einzelhandelspräsenz im Handwerk. Ziel: Jeder Verbraucher sollte eine attraktive Sanitärausstellung in seiner Umgebung kennen, in der er einkaufsberechtigt ist. Dazu seien etwa 1000 weitere Einzelhandelsgeschäfte des Handwerks erforderlich
- Konsequenter Ausbau des Kompetenzvorsprungs und Sicherung des hohen Sanitärstandards in Deutschland
- Klare Verbesserung von Service und Kundenorientierung. Diese reiche von übergreifenden Komplettlösungen für die Badrenovierung bis zur schnellen Bedienung auch bei kleinen Ersatz- und Reparaturarbeiten. Gefragt seien alte Tugenden wie Pünktlichkeit, Sauberkeit, Freundlichkeit und Flexibilität.
- Noch mehr Effizienz und Preiswürdigkeit im klassischen Vertriebsweg.

Abschließend wünschte Dr. Pankow allen Beteiligten „den Mut zum Markt, den man unbedingt braucht, um zu gewinnen.“ Anregungen hierzu boten anschließend neun Workshops.

Workshops mit hohem Info-Gehalt

Nach verschiedenen Eröffnungsreden und einem etwas langatmigen Vortrag von Ex-Forschungsminister Prof. Riesenhuber startete der fachliche Teil des Veranstaltun-



Dr. Michael Pankow sieht in der kräftigen Steigerung der Einzelhandelspräsenz im Fachhandwerk die marktgerechte Weiterentwicklung des klassischen Vertriebsweges

tages. Die Workshops der Fachtagung waren in zwei Hauptbereiche unterteilt. Unter der Überschrift „Einzelhandel als Überleben-Chance“ waren fünf anspruchsvolle Vorträge zusammengefaßt, die sich mit Lockvogel-Angeboten, mit den Mitarbeitern in den Betrieben, mit der Einzelhandelsdynamik, mit dem Fachgeschäft sowie mit der Kundenberatung befaßten. Den zweiten Schwerpunkt, mit vier Referenten, bildete das Thema „Wassertechnologie für die Zukunft“. Betrachtet wurden hier die ökologische Seite, die Armaturentechnik sowie die Chance, als „Wassertechnologie-Berater“ in eine neue Karriere zu starten. Da sämtliche Vorträge zwar zeitgleich aber mehrmals am Tag liefen, konnte jeder Teilnehmer vier der neun Workshops komplett besuchen.

Am späten Nachmittag trafen sich dann alle Teilnehmer noch einmal zum gemeinsamen Abschluß des „Arbeitstages“. Die glänzend aufgelegte Tagesthemen-Moderatorin Sabine Christiansen verstand es professionell, mit den auf der Bühne versammelten Referenten noch einmal die Kernaussagen der einzelnen Vorträge herauszuarbeiten und zudem einige neue Aspekte anzusprechen.



Auf der Fachtagung erstmalig präsentiert wurde die neue Armaturenserie „Euroeco Fun“. Seinen Sanitär-Fachhandwerkspartnern will Grohe zur Verkaufsunterstützung u. a. Displays, VKF-Verpackungen, Prospekte und Werbematerial zur Verfügung stellen



Vor allem die Workshops zur Einzelhandelsthematik boten den Zuhörern einen hohen Informationsgehalt. Hier erläutert Prof. Erich Kütke seine Gedanken zum Thema Beratung mit Farbe und Design

Kostensenkender Beitrag des Großhandels nötig

Guten Mutes, was die Zusammenarbeit mit den Vertriebspartnern betrifft, war Club-Senatssprecher Karl Broderix. So sei der Grohe Profi Club-Senat mit Hochdruck dabei, die Gründung des geplanten Großhandelsbeirats zu beschleunigen. Im Rahmen der Gespräche mit dem Großhandel will man klarmachen, daß das Handwerk als wichtigstes Glied im klassischen Vertriebsweg nachhaltig Unterstützung benötigt. Broderix forderte deshalb: „Der Handwerker steht im Markt an der Front und muß gegenüber dem Verbraucher die Hochpreispolitik vertreten. Hier ist der Großhandel gefordert, einen kostensenkenden Beitrag zu leisten. Etwa durch spezielle preisgünstige Verkaufaktionen oder durch rationellere Logistik.“ Abschließend griff der Senatssprecher noch zwei Schwerpunkte der Profi Club-Arbeit im neuen Jahr auf. Zum einen sollen verstärkt Kooperationsmodelle im Einzelhandelsbereich unterstützt werden. Zum anderen will man die Club-Arbeit zielgruppengerechter gestalten, indem man die Leistungen an den drei Bereichen Fachgeschäft, Handwerk und Objektgeschäft ausrichtet.

Beide Schwerpunkte sind sicherlich klug gewählt, weil sie – über die Clubgrenzen hinaus – die aktuell sich im Markt bilden-

den Strukturen aufgreifen. Und eines ist sicher: Auf eine Ausgrenzung von Konkurrenten à la Bäderwelt kann das Handwerk nicht setzen, was u. a. die jüngst nur kosmetisch korrigierte DSI-Erklärung beweist. Es ist also notwendig, energisch zu versuchen, den Endkunden mit einer unverwechselbaren Kombination von Produkt- und Dienstleistungsqualität zu gewinnen. Und wenn sich Industrie und Großhandel weiterhin für den dreistufigen Vertriebsweg aussprechen, dann ist es auch ihre Pflicht, das Handwerk nach besten Kräften zu unterstützen. JW



Der Wieslocher Werner Weick nahm am Vorabend der Fachtagung den neu geschaffenen „Profi Club-Oscar“ in der Kategorie „Bestes Fachgeschäft“ entgegen