

Arge Neue Medien mit Offensivdrang

Nur das Nutzen bringt den Nutzen

Die Themen Datentransfer und Datenverbund war viele Jahre eine reine Angelegenheit der über 50 Hersteller, die sich in der „Arbeitsgemeinschaft Neue Medien der deutschen Sanitärindustrie e.V.“ formiert hatten. Doch nun hat die Mitgliederversammlung Ende Oktober per Satzungsänderung den Weg auch für weitere Hersteller der Branche frei gemacht. Und folgerichtig nennt sich die Vereinigung nun „Arge Neue Medien der deutschen SHK-Industrie e.V.“ (Seite 16). Die Satzungsänderung war ein längst überfälliger Schritt. Denn nur mit einer durchgängigen und einheitlichen Daten- und Softwarestrategie läßt sich das volle Rationalisierungspotential im dreistufigen Vertriebsweg ausschöpfen. Im Sinne einer möglichst umfassenden Branchenlösung darf sich die Arge Neue Medien nicht nur auf die angestrebte Integration der Heizungsindustrie beschränken, sondern sollte auch auf Hersteller aus dem Lüftungs- und Klimabereich zugehen.



Während 1997 für die Arge die technische Weiterentwicklung im Vordergrund stand, ist 1998 die intensive Vermarktung der Produkte und Dienstleistungen das Hauptziel. So soll die Zahl der 3D-Badplanungslizenznehmer um 100 % auf ca. 3000 bis Ende 1998 gesteigert werden. Beabsichtigt ist außerdem, die Computer-Badplanung als Markenzeichen zu profilieren. Auch bei der Edifact-Datenkommunikation will die Arge bis zum Ende nächsten Jahres für einen deutlichen Schub sorgen.

Die geplante Vermarktungsoffensive ist dringend notwendig. Denn daß bislang lediglich etwa 20 % der Bestellpositionen über Edifact abgewickelt werden – Ende 1998 sollen es 30 % sein – läßt sich wohl kaum als Siegeszug einer nutzbringenden und rationellen Technologie feiern. Auch beim Thema Online-Anbindung von Handel und Handwerk trat man bisher eher auf der Stelle. Und hausgemacht ist die niedrige Zahl der Computer-Badplanungsanwender. Hier hat die Arge ihre Daten jahrelang monopolartig verwalten lassen und so einen befruchtenden Wettbewerb unter den Software-Anbietern unterbunden. Hinzu kommt, daß damals auch die Qualität der Arge-Daten stark umstritten war.

Da bekanntermaßen der Vertriebsweg nicht beim Handwerk endet, wird auch der Endverbraucher in den Datenverbund aufgenommen. Bereits zur SHK Essen im März 1998 ist eine interaktive Multimedia-CD-ROM angekündigt, die den Endverbrauchern „Appetit aufs Bad“ machen soll. Um damit jedoch die gewünschte Nachfragelenkung im Sinne des traditionellen Vertriebswegs zu erreichen, muß sich die CD-ROM positiv von vergleichbaren Produkten branchenfremder Anbieter abheben. So könnte zum Beispiel eine Mini-Badplanungssoftware integriert werden, die eine Übergabemöglichkeit an das professionelle 3D-Programm des Installateurs zuläßt.

Mit den jetzt entfalteteten und geplanten Aktivitäten und der Einbeziehung aller Marktpartner mausert sich die Arge Neue Medien zum Dreh- und Angelpunkt der Branche in bezug auf Datenaustausch, Badplanung und neue Medien. Dabei ist diese aktive Übernahme der Daten- und Kommunikationshoheit durch die Arge nicht als Bedrohung sondern als Stärkung der SHK-Branche zu sehen. Vorausgesetzt, die Verantwortlichen denken an den Nutzen aller Vertriebswegstufen. Und vorausgesetzt, die Marktpartner zeigen sich aufgeschlossen gegenüber den Arge-Aktivitäten. Vor allem einige Großhändler sollten endlich ihr Mißtrauen ablegen und dem Handwerk durchkalkulierte Bruttopreise zur Verfügung stellen. Denn ihre volle Energie entfalten Daten und Software nur, wenn man sie auf allen Stufen sinnvoll nutzt.

Jürgen Wendnagel