

Kooperation oder Wettbewerb?

Die verschärfte Wettbewerbssituation auf dem Wärme- und auf dem Sanitärmarkt bleibt nicht ohne Folgen. Sie hat Konsequenzen für alle Beteiligten, für die Industrie, für den Fachgroßhandel, für die Energielieferanten und für das Handwerk. Sie bringt es auch mit sich, daß Partnerschaften auf die Probe gestellt werden. Die Geschichte der Partnerschaft des SHK-Handwerks mit den verschiedenen Marktpartnern aus Industrie, Fachgroßhandel und Energielieferanten ist eine Erfolgsstory. Wir würden gerne noch einige Kapitel hinzuschreiben. Das setzt allerdings voraus, daß die Partner Versuchungen widerstehen, die diese Partnerschaft gefährden. Aus unserer Sicht ergibt sich eine Gefährdung vor allem dann, wenn der Konsens der arbeitsteiligen Kooperation gefährdet wird.



Im Zuge einer stärkeren Dienstleistungsorientierung bis hin zum Endkunden kommt es in zunehmendem Maße zur Ausweitung des Angebotes von Marktpartnern – auch auf die Tätigkeitsgebiete des SHK-Handwerks. Bäderwelten und Stadtwerke wie Bremen haben neben dem stärkeren Wettbewerbsdruck aber auch eines geschafft: Das SHK-Handwerk wurde wachgerüttelt. Es gab erfolgreiche Gegenmaßnahmen seitens der betroffenen Handwerker. Denn eins sollte allen Beteiligten klar sein: Mit der Marktpartnerschaft ist es fast wie in einer Ehe. Wenn einer der Partner untreu wird, sucht sich der andere unter Umständen einen neuen Partner.

Die Aussichten für den SHK-Markt für 1998 sind nicht schlecht. Millionen von Bädern müssen modernisiert und Millionen von Heizungen erhalten bei den Einstufungsmessungen durch die Schornsteinfeger im nächsten Jahr die gelbe Karte. Darüber hinaus stellen Solartechnik, Wärmelieferung, kontrollierte Wohnungslüftung, Regenwassernutzungsanlagen und viele weitere zukunftsweisende Geschäftsfelder lukrative Perspektiven für das SHK-Handwerk dar. Es kommt jetzt wesentlich darauf an, ob es den Marktpartnern gelingt, gemeinsam die Chancen zu nutzen. Statt sich gegenseitig gegenüber dem Kunden den Rang abzulaufen, sollte sich jeder der Part-

ner auf seine Stärken konzentrieren und so zum gemeinsamen Markterfolg beitragen. „Kooperatives Marketing“ heißt das Lösungswort. Dabei ist es für das Handwerk bei der Auswahl der Partner von erheblicher Bedeutung, daß auch in der Kooperation die Kompetenz des Handwerkers gegenüber dem Kunden glaubhaft bleibt. Auch seine Kompetenz im Marketingbereich, der bisher häufig zu sehr vernachlässigt wurde, ist, wie die Entwicklungen des Jahres 1997 zeigen, wesentlich stärker geworden und wird auch 1998 weiter zunehmen.

Es herrscht ein rauher Wind im SHK-Markt. Und es ist nicht nur eine alte Weisheit der christlichen Seefahrt, daß es gerade bei rauher See notwendig ist, sich auf den anderen verlassen zu können und gemeinsam die Unwägbarkeiten zu meistern. Deshalb möchte ich zu Beginn des Neuen Jahres die Gelegenheit nutzen, alle, die es mit der Marktpartnerschaft ernst meinen, aufzufordern, den erfolgreichen Kurs der kooperativen Marktbearbeitung nicht zu verlassen und sich – jeder in seinem Bereich – aktiv für den Markterfolg einzusetzen. In diesem Sinne wünsche ich der gesamten SHK-Branche ein erfolgreiches und glückliches 1998, mit nicht zu viel Gegenwind, aber auch ohne Flaute.

Ihr
Heinz-Dieter Heidemann
Präsident des Zentralverbandes
Sanitär Heizung Klima