

Stärkung der Einzelhandelslobby des Handwerks

# Initiative Bad-Einzelhandel

Die Interessen des beim Handwerk angesiedelten ausstellungsorientierten Badeinzelhandel will künftig eine neue Initiative mit Nachdruck vertreten, zu der sich Vertreter von fünf Einzelhandelskooperationen am 12. März zusammengeschlossen haben. Gemeinsam wollen sie sich für ihre rund 1000 Mitgliedsbetriebe und Unternehmen mit vergleichbarem Profil stark machen.

Die jüngsten Vorkommnisse rund um die Absenkung von Bruttopreisen und wenig marktgerechte, verschleierte Preiserhöhungen machen deutlich, daß der ausstellungsführende Badeinzelhandel in Deutschland eine deutlich hörbare Stimme braucht“, erläutert der Gastgeber und Sprecher der Initiative Franz-Josef Meier aus Lünen die Motivation für die Gründung. „Die Handwerksunternehmer im deutschen SHK-Handwerk werden von Industrie und Großhandel nicht als mündige Unternehmer gesehen“, konstatiert Elfi Fuchs, Geschäftsführerin des Einkaufsverbundes SHK. „Daran können wir nur durch einen gemeinsamen Auftritt etwas ändern.“

Aufgabe der „Initiative Einzelhandel Bad in Deutschland“ werde es sein, so formulierte es der Geschäftsführer von bad & heizung Klaus Wagner, die Interessen ihrer Mitglieder und damit indirekt aller deutschen Einzelhändler mit Badausstellung mit spürbarem Ergebnis zu vertreten. SIMBA-Vorsitzender Jürgen Hornig verwies auf den aktuellen „Zünder“ für die Gründung: „Wir können nicht dabei zusehen, wenn uns der Großhandel mit Rückendeckung der Industrie in diesem Umfang Preise dik-



Die Initiatoren der Bad-Einzelhandelsinitiative – (v.l.) Meier, Gossen, Hornig, Wagner und Fuchs – vertreten ca. 1000 verkaufsaktive Handwerksbetriebe mit eigener Badausstellung

tiert und uns in die Tasche greift.“ Oder wie es Elfi Fuchs formuliert: „Es kann doch nicht wahr sein, daß sogenannte Marktpartner die Insolvenz deutscher Handwerksbetriebe aktiv forcieren. Denn es sind immer zwei Faktoren, die zum Ruin eines Unternehmens führen: hohe Kosten und zu geringe Renditen.“ Übergeordnetes Ziel der Initiative sei es, so Richard Goßen, eines von 92 Bagnoline-Mitgliedern, der dritten und „marktnahen“ Kraft der Sanitärbranche endlich Gehör zu verschaffen:

„Eines müssen wir deutlich machen:

**Wer den Endkunden hat, der hat den Markt.** Das gilt auch in der Sanitärbranche und wird dem Einzelhandel genug Selbstvertrauen geben, um sich zukünftig geschlossen und mit einer Stimme gegenüber Handel und Industrie aufzustellen.“

Großhandel und Industrie fänden in der „Initiative Einzelhandel Bad in Deutschland“ ab sofort ein branchenerfahrenes Gremium für die Diskussion marktpolitischer Entscheidungen und Entwicklungen, die den Einzelhandel Bad mit eigener Ausstellung betreffen. Dazu Gerhard Beutenmüller von der Einkaufsgemeinschaft KHS: „Wer Dialog einfordert, muß zunächst klar machen, wo Ansprechpartner zu finden sind. Das tun die sechs Gründungsmitglieder der Initiative hiermit ganz offiziell.“ Die besondere Situation der Einzelhändler mit eigener Ausstellung werde durch die Innungen und den Zentralverband, unter deren Mitgliedern sie noch immer

eine Minderheit darstellen, in deren Gesprächen mit Großhandel und Industrie zu wenig berücksichtigt.

Darüber hinaus will die Initiative Empfehlungen für den Einzelhandel Bad zur Zukunftssicherung in sich wandelnden Märkten erarbeiten. „Und damit“, so Richard Goßen, „der Vergeudung von kostbarer Unternehmerenergie in Schattenboxkämpfen ein Ende machen.“

Erstes Projekt sei jedoch die Erarbeitung eines klaren Leistungsprofils, an dem sich Großhandel und Industrie zukünftig messen lassen müßten, wenn sie mit deutschen Einzelhändlern zusammenarbeiten wollten.

„Wir wollen, daß unsere Mitglieder auch zukünftig mit deutschen Markenprodukten arbeiten können, ohne damit die Erträge ihres Unternehmens zu schmälern. Darüber hinaus brauchen wir kurzfristige Modelle für die Zusammenarbeit in der

Branche, die uns einen Vorsprung gegenüber Betrieben ohne Ausstellung und branchenfremden Anbietern sichert. Und, nicht zuletzt: **Wir werden einen ständigen Dialog mit Groß-**

**handel und Industrie über innovative und exklusive Vermarktungsstrategien einfordern**, die den Badeinzelhandel mit Ausstellung stützen“, so Klaus Wagner zum „Programm“ der Initiative. Dabei scheue sich der Initiativkreis auch nicht, Alternativmodelle zu entwickeln, die bei Großhandel und Industrie nicht auf Gegenliebe stoßen. Eine bundesweite Interessensvertretung für geschätzt 2500 Betriebe werde sich hierbei ohne Zweifel auch den Blick über die deutschen Grenzen hinaus ins europäische Nachbarland leisten können. □

Weitere Informationen zur Initiative Bad-Einzelhandel gibt es demnächst in der SBZ. Wer es ganz eilig hat kann sich auch mit dem Sprecher, Franz Josef Meier aus Lünen, in Verbindung setzen. Die Faxnummer lautet (0 23 06) 2 02 55 44.