

Leichter Aufwärtstrend zu spüren

SHK Essen als Branchenbarometer

„Vielfalt, Veränderung, Verantwortung,“ unter diesem Leitgedanken fand vom 3. bis zum 7. März die 17. SHK Essen statt. Mit 65 000 Besuchern strömten die Besucher genauso zahlreich in die Messehallen, wie vor zwei Jahren. Auch ansonsten zeigte man sich in Essen, zumindest soweit es die Ausstellung betraf, überwiegend zufrieden.



NRW Landesinnungsmeister Rudolf Peters rügte anlässlich der Eröffnungsveranstaltung die jüngsten Preiserhöhungen des Großhandels



Mit besonderem Interesse blickte die Branche auf die erste Fachmesse seit der Frankfurter ISH. Der Essener Veranstaltung kam als Auftaktforum und Stimmungsbarometer im Reigen der diesjährigen SHK Regionalmessen in Nürnberg, Leipzig und Hamburg eine besondere Bedeutung zu. In zahlreichen Messesgesprächen wurde der SBZ-Redaktion immer wieder bestätigt, daß die konjunkturelle Talfahrt erst einmal gestoppt sei – dies mit der Hoffnung verbunden, daß der leichte, vorsichtige Aufwärtstrend sich in diesem Jahr fortsetzen werde.

Wer aufmerksam durch die Hallen lief, konnte feststellen, daß die schwache Baukonjunktur sowie die allgemein angespannte wirtschaftliche Lage sich trotz der leicht positiven Einschätzung auf die Stimmung niederschlug. Handwerksbetriebe, die um

jede Mark kämpfen müssen, gehen eben mit gebremstem Optimismus zur Messe. Anders dagegen die Spitzenmanager der Industrie, die laut den letzten Bilanzen ihre Firmen wieder in die Gewinnzone steuern und teilweise sogar Rekordumsätze erzielen konnten. Doch sollte man sich von den positiven Zahlen nicht blenden lassen. Denn häufig wurden die Umsatz- bzw. Erlösverbesserungen durch Rationalisierung und Mehrarbeit der Mitarbeiter sowie durch einen harten, auf dem Rücken des Außendienstes ausgetragenen Verdrängungswettbewerb erzielt.

So war es dann auch nicht verwunderlich, daß die Erwartungen in die Essener Messeveranstaltung groß waren und so manch einer den Silberstreif am Horizont suchte. Die Aussteller versuchten einmal mehr mit innovativen Produkten Handel und Handwerk für sich zu gewinnen. Laut Befragung der Messegesellschaft hielt die Mehrzahl der Messebesucher nach Produkten und Ideen Ausschau, die das Tagesgeschäft beleben und den Arbeitszeiteinsatz minimieren. Daß die Produktentwickler und Marketingspezialisten sich einiges haben einfallen lassen, können SBZ-Leser der Rubrik „Neues von den Frühjahrmessen“ entnehmen.

Erwartungsgemäß setzte sich auch das Down-Trading auf breiter Linie fort. Die Preise halten sich auf einem auffallend niedrigen Niveau. Schön für den Endverbraucher, der sich jetzt ein extravagantes Bad leisten will, einen neuen Heizkessel benötigt oder die Heizkörper auswechseln will. Weniger gut allerdings für die Branchenträger. Denn dort wo ein billiger Artikel installiert ist, hat nun mal das Luxus- oder Mittelklassenmodell mit besseren Deckungsbeiträgen keinen Platz mehr. Hauptsache mehr Umsatz – koste es was es wolle, so scheint bei einigen Herstellern die Devise zu lauten. Vielleicht sollte man es wieder mehr mit echten Produktinnovationen

nen, anstatt über den Preis versuchen. Dabei meinen einige Hersteller partout, daß sie preislich auf Biegen und Brechen mit Baumärkten mithalten müssen – uns drängt sich hierbei der Vergleich mit dem Wettrennen von Hase und Igel auf.

Um so überraschender kam angesichts des Preiswettbewerbes auf Industriebene dann auch die unlängst vollzogene Nettopreiserhöhung von fast 4 %, die der Großhandel gegen den Willen des Handwerks umgesetzt hat. Ob die Proteste des Handwerks – die auch in Essen deutlich zu hören waren – Erfolg haben, oder ob sich der Handel einmal mehr über den Willen seiner Kunden hinwegsetzt, bleibt abzuwarten.

An den Ständen des Großhandels war die weitere Penetration von Haus- und Handelsmarken auffällig. Offensichtlich wird mit Nachdruck daran gearbeitet, den Anteil der Hausmarke an den verkauften Produkten weiter nach oben zu schrauben. Ganz im Gegensatz dazu präsentierte sich Spartengrößhändler A&S erstmalig ganz pro-



In einem Installationswettbewerb machte Ideal Standard auf sein neues Armaturen-Schnellbefestigungssystem aufmerksam



Durch die neuen db20 Spannverbinder von Geberit muß der Installateur jetzt das PE-Rohr nicht mehr schweißen



Am Stand der Arge Neue Medien waren alle Anbieter von Badplanungsprogrammen anzutreffen, die auf Arge-Basis arbeiten



Mit „smarten“ Aktionen machten die Hersteller auf die Vorzüge ihrer Produkte aufmerksam



Während der klassische Großhandel verstärkt auf die Präsentation von Hausmarken setzte, präsentierte Branchen-Enfant-Terrible A&S erstmals keine Produkte, sondern ausschließlich Schulungen und Konzepte fürs Handwerk



Kermi vereinfacht die Installation von Echthausduschen durch ein neues Montagesystem

duktfrei. Das Branchen-Enfant-Terrible stellte ausschließlich handwerksorientierte Vermarktungskonzepte und ein breit angelegtes Schulungsprogramm vor. Nicht Produkte, sondern Konzepte lautete die Devise. Ebenfalls ein Novum bildete die Einlaßkontrolle zum A&S Stand. Der Zugang wurde nur qualifizierten Handwerkern ermöglicht. Endverbrauchern, Gesellen und Lehrlingen wurde der Zutritt verwehrt.



ten. 98,5 % der Besucher lobten laut Messebefragung die Vollständigkeit des Angebots. 88 % der Besucher wollen in zwei Jahren zur nächsten SHK, vom 22. bis 26 Februar 2000, wieder nach Essen kommen. Somit dürfte der nächsten Veranstaltung nichts im Wege stehen. □

Daten und Fakten

Im Nachgang zur Messe lieferte uns die Essener Messegesellschaft auch Daten und Fakten rund ums Messegeschehen. Von den 65 000 Besuchern sollen gar 93 % Handwerker, Planer, Architekten, Ingenieure, Einkäufer und Behördenleiter, also Fachbesucher, gewesen sein. Eigentlich verwunderlich angesichts der aufwendigen, auf breiter Basis angelegten Endverbraucherwerbung in Funk- und Printmedien.

Die Messegesellschaft weiter: 97 % der Messebesucher sagten, der Besuch hat sich für mich gelohnt. 80 % der Besucher sollen Tips und Anregungen mit nach Hause genommen haben, die sie in die Tat umsetzen möch-



Der Fachverband NRW, hier Geschäftsführer Hans-Peter Sprotten, nutzte die SHK in Essen zu einer intensiven Öffentlichkeitsarbeit

HGF Dr. Geißdörfer entpuppte sich als wahrer Internetspezialist und präsentierte Essens Oberbürgermeisterin Jäger das neue Web-Programm des Fachverbandes NRW