



Durch Münchens Großhandelsszene geht ein Riß: Während einige kleinere Händler, auf Wunsch ihrer Kunden wieder zur alten Bruttopreisliste zurückwollen ...



... beharren die „Großen“ wie Gienger oder Richter & Frenzel auf den neuen Listen mit wesentlich niedrigeren Brutto- und teilweise deutlich höheren Nettopreisen



Bilder: Lorenz/Mönner/Weiss/Nistler

Lenkt der Großhandel bei den Bruttopreislisten ein?

Im Hau-Ruck-Verfahren

Peter Mönner / Felix Nistler*

Mit ihren neuen Bruttopreisen haben bayerische Großhändler den Bogen scheinbar überspannt. Das Handwerk stellt sich nicht nur geschlossen dagegen, sondern untersuchte auch gleich die praktischen Auswirkungen sowie gesamtdeutsche Preisstrukturen. Die Entwicklung eigener Innungspreislisten ist die Folge.

Ohne viel Aufhebens wollten Münchner Großhändler Anfang des Jahres ihre neuen Listen mit gravierend abgesenkten Bruttopreisen einführen und dabei quasi durch die Hintertür gleichzeitig die Nettopreise zum Teil deutlich anheben (SBZ 1/98, 4/98, 6/98). Zwischenzeitlich gab es sogar zwei weitere, mehr oder weniger verdeckte Preiserhöhungen. Warum sollte denn auch das, was so lange glattging, auf einmal nicht mehr funktionieren: Der Großhandel diktiert die Preise und das Handwerk schluckt sie notgedrungen.

Gegen-Rechnung

Daß das Motto „das haben wir schon immer so gemacht“ dieses Mal nicht funktioniert und sie sich gewaltig verrechnet haben, mußten die Großhändler aber schnell erkennen. Erstens haben sie bei ihrer Kalkulation vergessen, daß der traditionelle Vertriebsweg nicht mehr ganz so festbetoniert ist wie vor einigen Jahren und mittlerweile etliche alternative Bezugsquellen Gewehr bei Fuß stehen. Zweitens ist sich das Handwerk inzwischen sehr wohl bewußt, daß derjenige, der den Kunden hat,

auch den Markt macht. Außerdem können sich Handwerksbetriebe in der heutigen Zeit, in der viele konjunkturbedingt ebenso mit dem Rücken zur Wand stehen, einfach keine weiteren Ertragseinbußen mehr leisten. Und die sind deutlich: Einen durchschnittlichen Handwerksbetrieb mit einem Nettoeinkauf von jährlich rund 500 000 Mark kostet die Preisreform nach vorliegenden Berechnungen der Münchner Innung rund 100 000 Mark im Jahr. Erstmal unfreiwillig im Thema Brutto-/Nettopreise drin, interessierte die über den Tellerrand hinausschauende Münchener Innung natürlich auch die Preisgestaltung in anderen Regionen Deutschlands. Anhand eines Warenkorbes mit gängigen Artikeln wie Renova- und Eurotrend-Waschtisch, Omnia- und Renova-Wand-WC, Elegance-Papier und -Handtuchhalter sowie Einbelmischer und AP-Wafü der Serien Metropol und Hansamix wurden die Brutto-, Nettopreise und Spannen in den einzelnen Bundesländern untersucht. Was dabei herauskam, gefiel der süddeutschen Zunft allerdings noch weniger: Dank neuer Groß-

* Peter Mönner ist Obermeister und Felix Nistler stellvertretender Obermeister der Innung München

Absatzstruktur eines durchschnittlichen Sanitärbetriebes

Kundenkategorie	EK-Wert Anteil in %	Multi alt 0,65	Nettoeinkauf	Berechnung nach Senkung der Bruttopreise und Rabatte um jeweils 15%					
				500.000,00 DM					
Der private Stammkunde	50%	Erwartet immer einen Nachlaß Er geht nur zu seinem Stammhandwerker Erhält Nachlaß im Durchschnitt Je höher der Bruttopreis desto besser	EK-Wert Anteil		250.000 DM				
			Bruttopreis		384.615 DM		Neuer Bruttopreis		326.923 DM
			Spanne	35%	134.615 DM		Spanne	20%	65.385 DM
			abzügl. Nachlaß	10%	38.462 DM		abzügl. Nachlaß	5%	16.346 DM
			Brutto-VK		346.154 DM		Brutto-VK		310.577 DM
			Verbleibende Spanne		96.154 DM		Verbleibende Spanne		49.038 DM
Der gewerbliche Kunde	5%	Hier wird überwiegend von unten nach oben gerechnet. Der Bruttopreis spielt keine Rolle	EK-Wert Anteil		25.000 DM				
			Bruttopreis		38.462 DM		Neuer Bruttopreis		32.692 DM
			Spanne	35%	13.462 DM		Spanne	20%	6.538 DM
			Nettoeinkauf		25.000 DM		Nettoeinkauf		26.154 DM
			Aufschlag 20%		5.000 DM		Aufschlag 20%	20%	5.231 DM
Der Reparaturkunde	20%	In diesem Bereich setzen, die meisten Betriebe den Bruttopreis als den Rechnungspreis ein	EK-Wert Anteil		100.000 DM				
			Bruttopreis		153.846 DM		Neuer Bruttopreis		130.769 DM
			Spanne	35%	53.846 DM		Spanne	20%	26.154 DM
			abzügl. Nachlaß	0%	- DM		abzügl. Nachlaß	0%	- DM
			Brutto-VK		153.846 DM		Brutto-VK		130.769 DM
			Verbleibende Spanne		53.846 DM		Verbleibende Spanne		26.154 DM
Der Einmal - Kunde	15%	Dieser ist sehr anspruchsvoll Hier muß preislich sehr viel getan werden Er ist meistens vorinformiert Hier schaden die hohen Bruttopreise nicht, WENN der Handwerker richtig argumentiert	EK-Wert Anteil		75.000 DM				
			Bruttopreis		115.385 DM		Neuer Bruttopreis		98.077 DM
			Spanne	35%	40.385 DM		Spanne	20%	19.615 DM
			abzügl. Nachlaß	3%	3.462 DM		abzügl. Nachlaß	3%	2.942 DM
			Brutto-VK		111.923 DM		Brutto-VK		95.135 DM
			Verbleibende Spanne		36.923 DM		Verbleibende Spanne		16.673 DM
Diverse Fälle	10%	Hier geht man von keinem Nachteil aus, ob die Bruttopreise hoch oder niedrig sind	EK-Wert Anteil		50.000 DM			Fehlende Spanne	-94.827 DM

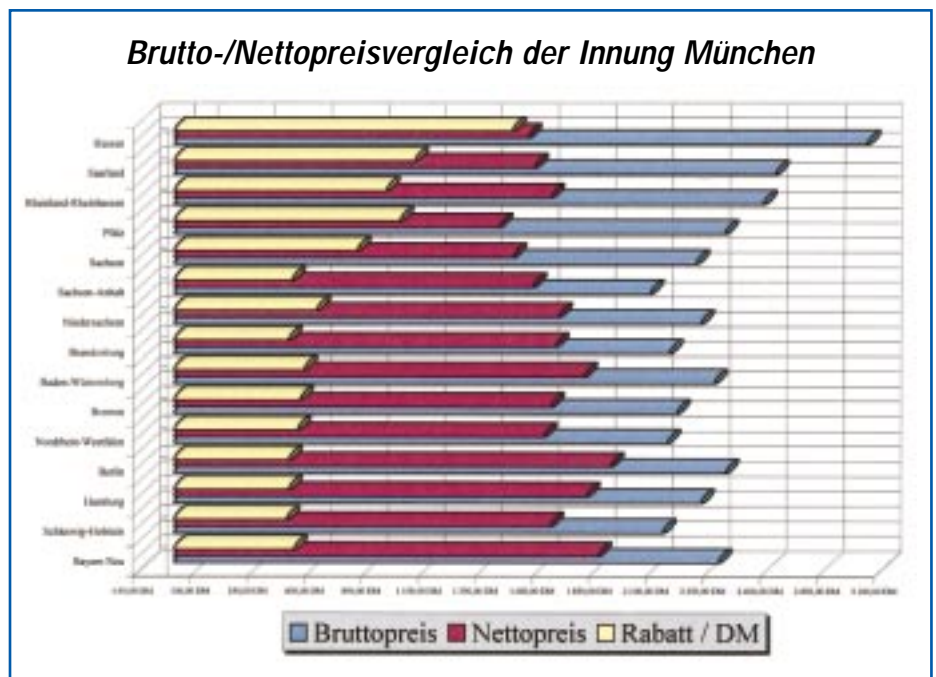
Nach Berechnungen der Innung München kosten die neuen Bruttopreislisen den durchschnittlichen Sanitärbetrieb rund 100 000 DM im Jahr

handelslisten stehen die Bayern mit einer der niedrigsten Spannen und den zweithöchsten Nettopreisen ganz hinten. Da ist es auch kein Trost, daß sich Handwerker in anderen Bundesländern angesichts der Egalisierungsbemühungen des Großhandels schon mal ausrechnen können, wo's in Zukunft hingeht.

Bröckelnde Front

Anstatt sich also mal wieder widerspruchslos in die Tasche greifen zu lassen, zeigt das Münchner Handwerk den Lieferanten auf breiter Front die Zähne und machte klar, daß der dreistufige Vertriebsweg keinesfalls ein goldenes Kalb sei. Unter solchen Umständen ist das Handwerk aus Gründen der Selbsterhaltung notfalls gezwungenermaßen auch dazu bereit, eingefahrene Wege zu verlassen.

Die Schwarz auf Weiß vorliegenden Zahlen und Fakten sowie der Umstand, daß sich das Handwerk in diesem Fall ungewöhnlich einig gegen den Großhandel stellt, zeigt inzwischen erste Erfolge: Auch wenn sich „große“ Händler wie Gienger oder Richter & Frenzel noch dagegen sträuben, signalisierten andere Großhandelshäuser auf Wunsch ihrer Kunden Bereitschaft, wieder zu den alten Bruttopreislisen zurückzukehren. Vielleicht hat man das aber auch nur als kleineres Übel erkannt. Denn nachdem die Innungsmitglieder den Vorstand mehrfach aufgefordert haben, eigene Verkaufs-



Dank neuer Großhandelslisten stehen die Bayern mit einer der niedrigsten Spannen und den zweithöchsten Nettopreisen ganz hinten – Handwerker in anderen Bundesländern können sich bei den Egalisierungsbemühungen des Großhandels aber schon mal ausrechnen, wo's in Zukunft hingeht

preislisten zu erarbeiten und Behörden sowie Ingenieurbüros zugänglich zu machen, werden in München vom Handwerk selbst kalkulierte Bruttopreislisen unter der Bezeichnung Innungspreislisen erarbeitet. Und wie sollte ein vertriebswegstreuer Großhändler dann wohl noch die Existenz einer eigenen Bruttoliste begründen. Mal ganz abgesehen von der besseren Ver-

gleichbarkeit der Preise, durchgängigen Artikelnummern und Ausschreibungen ohne Handelsmarken. Sieht also ganz so aus, als wäre der Großhandel diesmal im Hau-Ruck-Verfahren vor die Wand gelaufen. □