



„Besser sein als der Wettbewerb, um für den Kunden die beste Alternative zu werden“ lautet die Devise der Initiatoren des Fachmarkt-Lizenzsystems „BAD etcetera“. Man will dort ansetzen, wo die Mängel der Baumärkte beginnen: im Bereich Beratung, Fachkompetenz, Service und Dienstleistungen. Als mögliche Fachmarktbetreiber kommen SHK-Handwerker und Handwerkervereinigungen in Frage.

Fachmarkt-Lizenzsystem „BAD etcetera“

Besser sein als Baumärkte

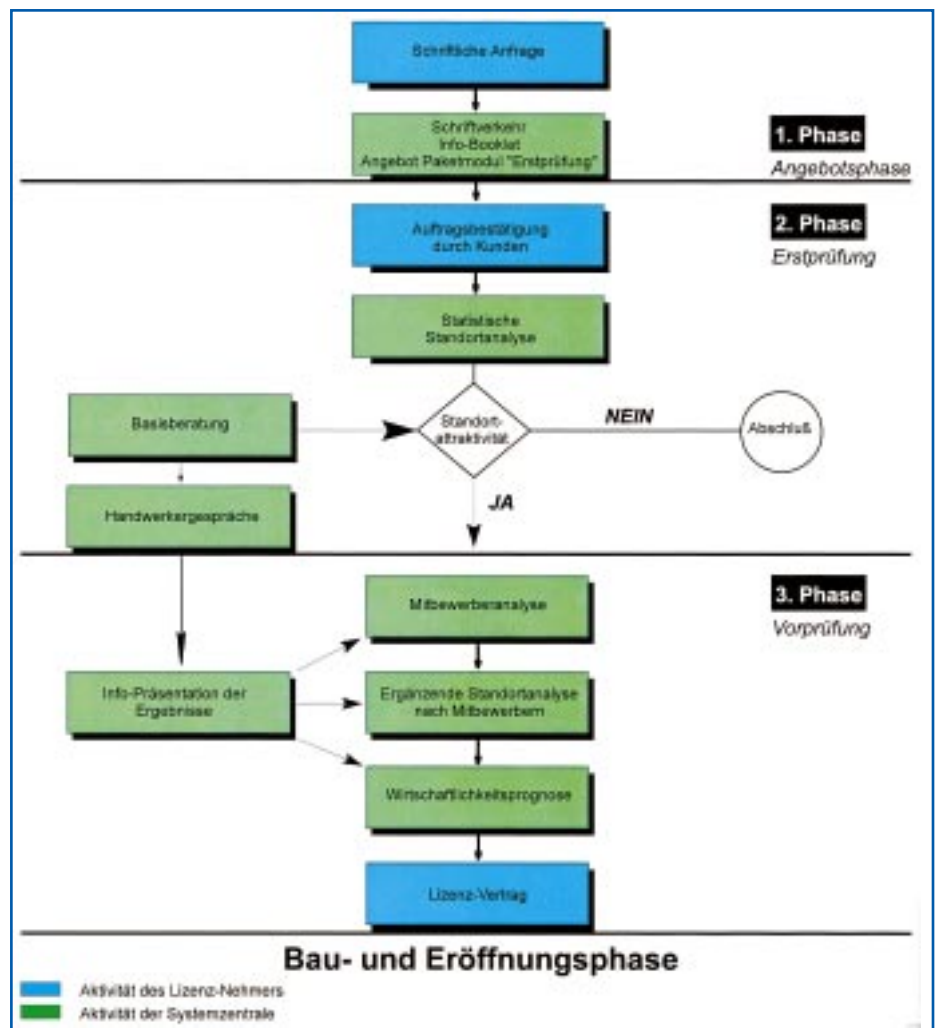
Waldemar Birkholz,
Lothar Röhrich*

Der Kunde wird heute von vielen verschiedenen Seiten aktiv umworben. Wer sich heute dem Wandel der Zeit und damit auch der Dynamik der Veränderung von Handelsstrukturen nicht stellt, wird sich morgen die Überlebensfrage stellen müssen. Auch im Sanitär- und Heizungsmarkt wird dies in den nächsten Jahren die entscheidende Frage für Handwerker und Großhandel werden.

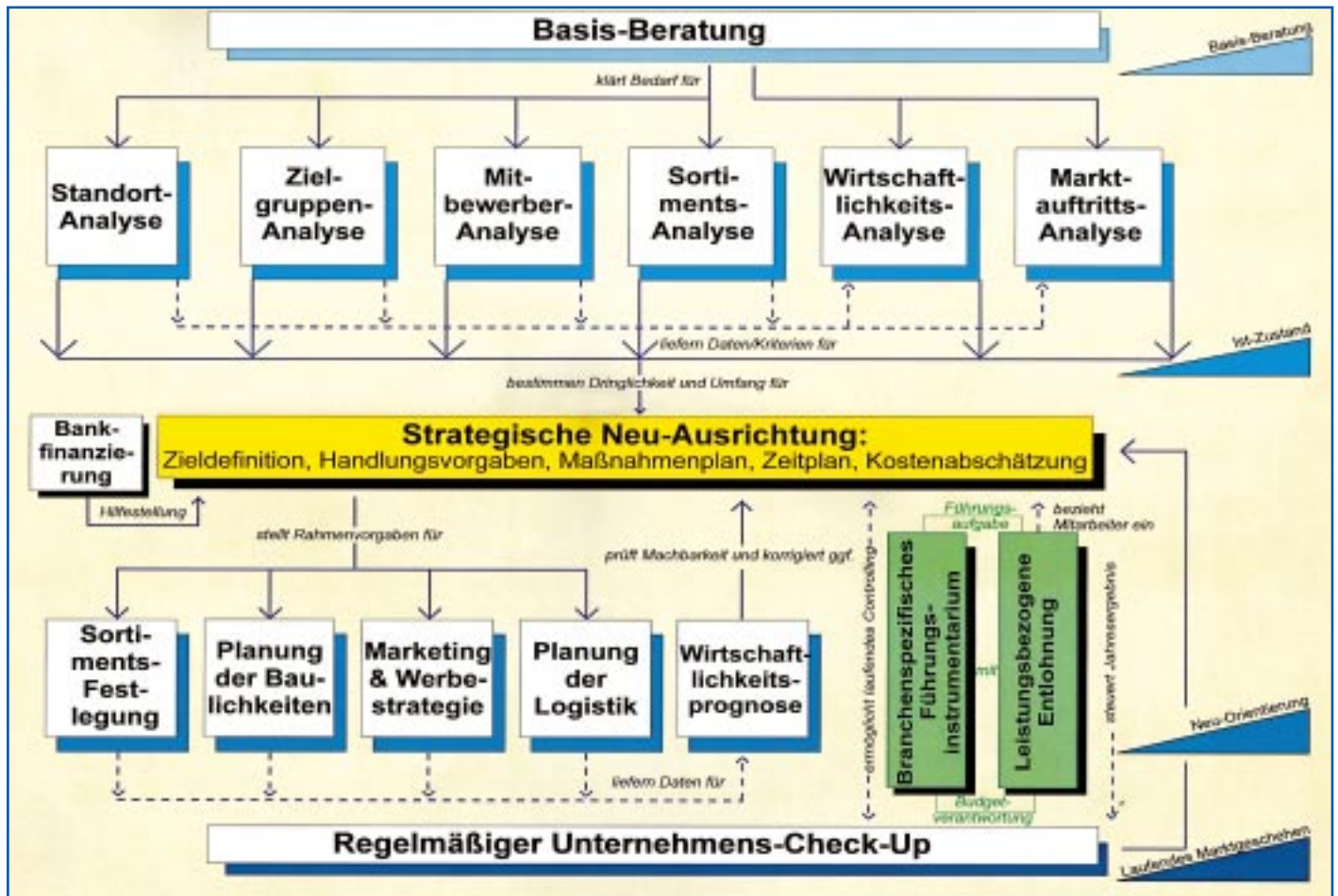
Besser sein als der Wettbewerb

Engagierte Fachmarktprofis bieten eine Lösung zur Unterstützung von SHK-Handwerkern und zur Neuorientierung im handwerklichen Dienstleistungsbereich an. Die ursprünglich aus der UHT Heizungs- und Sanitärvertriebs AG stammende Idee zum Handwerker-Einzelhandel wurde vom Einkaufsverband EFO, Europäische Fachmarkt Organisation, AG – zusammen mit den Fachmarktberatern Lothar Röhrich und

* Waldemar Birkholz ist Diplom-Ökonom und Unternehmensberater, Lothar Röhrich ist Betriebsberater



Ablauf des Lizenz-Systems „BAD etcetera“



Leistungsbausteine der „BAD etcetera“-Konzeption

Waldemar Birkholz – zum Fachmarkt-Konzept „BAD etcetera“ weiterentwickelt. In diesen Fachmärkten werden Marken- und No-Name-Artikel im ausgewogenen Verhältnis bedarfsorientiert und fachkundig den Endverbrauchern angeboten. Vorweisen kann man einen „Vorzeigemarkt“, der am 24. September 1998 in Nürtingen eröffnet wurde. Viele Feinheiten und Systemumsetzungen nach dem „BAD etcetera“-Lizenzsystem wurden dort integriert. „Besser sein als der Wettbewerb, um für den Kunden die beste Alternative zu werden“ lautet die Devise der Initiatoren. Man will dort ansetzen, wo die Mängel der Baumärkte beginnen: im Bereich Beratung, Fachkompetenz, Service und Dienstleistungen. Weitere Erfolgsfaktoren sind ein breites und tiefes Sortiment, attraktive Preise, qualifizierte Mitarbeiter für Verkauf und Tips zur Eigenmontage

oder mit bewährtem Handwerker-Einbau. Der Käufer hat die Wahl zwischen Eigenmontage, Teileinbau oder Komplett-Installation. Für die Gesamtleistungen zahlt der Kunde einen Festpreis.

Um sich von den Mitbewerbern aus dem Bereich der Bau- und Heimwerkermärkte von Anfang an klar abzugrenzen, geht „BAD etcetera“ mit einem recht tiefen und breiten Sortiment auf den Markt. Bei der Zusammenstellung der Produktgruppen, aber auch bei der Präsentation wird dies konsequent berücksichtigt. Neben optisch attraktiven Ausstellungssystemen kommt auch effiziente und moderne Regaltechnik zum Einsatz, die den aktuellen logistischen Anforderungen entspricht.

Fachmarktkonzept mit umfassender Betreuung

Von der Planung bis zur Umsetzung des Fachmarktes werden die Handwerker professionell betreut. Sei es bei der Standort- und Mitbewerberbetrachtung, über die Pla-

nung und Einrichtung bis hin zum Einsatz eines kompletten EDV-Warenwirtschaftssystem mit EAN-Artikelauszeichnung. Laufende Marktbetreuung runden den Gesamteinsatz durch die Systemzentrale von „BAD etcetera“ ab. Dazu gehören auch Hilfestellungen zu betriebswirtschaftlichen und organisatorischen Fragen, sei es bei der Suche nach geeigneten Verkaufsmitarbeitern und deren Schulung, bei Fragen der EDV-Umsetzung oder sei es im Vertrags- und Formularwesen. Ein umfassendes Handbuch dokumentiert Schritt für Schritt den Betrieb eines Fachmarktes. Langfristig soll ein bundesweites Werbekonzept den Bekanntheitsgrad von „BAD etcetera“ verstärken. Über konstruktive Listungs-gespräche mit Herstellern und Handel sind derzeit ca. 70 namhafte Lieferanten im



Blick in den im September 1998 eröffneten Fachmarkt (Metzinger Straße 4, 72622 Nürtingen), der dort in den „Meistermax“-Gebäudekomplex integriert ist

Lizenzsystem „BAD etcetera“ eingebunden. In partnerschaftlicher Zusammenarbeit wurde die Sortimentsauswahl umgesetzt, wobei sowohl im unteren Preissegment als auch im mittleren Preissegment interessante Alternativen durch verschiedenartige Handelsmarken gefunden wurden. Abhängig von der Fachmarktgröße und den regionalen Gegebenheiten stehen dem Interessenten unterschiedliche Sortimentsmodule zur Auswahl, die Rohertragsspannen zwischen 35 bis 38 % ermöglichen.

Die Konzentrationswelle wird innerhalb der nächsten Jahre weitergehen, und zwar sowohl im Großhandels- und Einzelhandelsbereich als auch im Handwerkerbereich. Viele Mittelständler werden aus dem Markt ausscheiden. Die Marktbereinigung erfolgt gnadenlos und ohne Rücksichtnahme auf bisher bestehende Geschäfts- und Kundenverpflichtungen. Gefragt für die nahe Zukunft ist aktives Agieren am Markt und nicht das passive Reagieren auf Geschehnisse. □

„BAD etcetera“ im Überblick

- Ausrichtung auf der Betreiberseite an Handwerker und Handwerkervereinigungen
- Ausrichtung auf der Marktseite an den Endverbraucher
- Haupt-Warengruppe: Sanitär- und Heizungsbereich
- Neben-Warengruppe: Werkzeuge, Maschinen, Elektro
- Sortimentserweiterung Fliesen, Bauchemie, Trockenausbau, Arbeitskleidung, etc.
- Fachmarkt-Konzept mit umfangreichem Warenangebot
- Service, Beratung und Fachkompetenz
- besondere Fachqualifizierung der Mitarbeiter
- Kunden können wählen zwischen Eigenmontage, Teileinbau oder Komplett-Installation
- Shop- bis Fachmarktlösung (von 100 bis 1000 m² Verkaufsfläche)
- Artikelpräsenz: Zwischen 2500 bis 7500 Artikel (inkl. Katalogverkauf)
- einzelhandelserprobte, komplette EDV-Hard- und Software-Lösung

Kontakt:

EFO AG
 Beimerstetter Straße 25
 89081 Ulm
 Telefon (07 31) 61 87 61
 Telefax (07 31) 61 87 91