

Mitte September trafen sich rund 300 Mitglieder des Grohe-Profi-Clubs zu einem weltlichen Zukunftsdialog an geistlicher Stätte – dem bekannten Kloster Andechs in Bayern. Auf der Tagesordnung standen Programme, Prognosen sowie Perspektiven. Und natürlich konnten Profis auch wieder von Profis lernen.



Rund 300 der insgesamt 2000 Mitglieder waren bei der 5. Fachtagung des Grohe-Profi-Clubs im Kloster Andechs dabei

5. Fachtagung des Grohe-Profi-Clubs

Badprofis im Kloster

Jeder Stillstand bedeutet Rückschritt. Qualitätssicherung ist immer nur möglich durch Qualitätssteigerung.“ Und: „Wenn wir nicht lernen, marktgerecht zu agieren, dann werden wir den Kunden nicht erreichen und unser Produkt sowie unsere Botschaft nicht an den Mann oder an die Frau bringen.“ Derart einsichtige Appelle sind das Privileg weltlicher Unternehmer? Falsch. Im konkreten Fall verblüffte damit Benediktinerpater Anselm Bilgri den einen oder anderen der rund 300 Badexperten, die sich Mitte September zur 5. Fachtagung des Grohe-Profi-Clubs* im traditionsreichen und zugleich modern gemagten bayerischen Kloster Andechs trafen. Überhaupt stellte sich heraus, daß sich viele der seit 1500 Jahren gültigen Benediktinsregeln als zeitgemäße Führungs- und Marketinginstrumente im Wirtschaftsleben eignen.

Unter dem Motto „Handwerk in Zukunft: Werte schätzen – Ziele setzen – Chancen meistern“ erwartete die Besucher ein von Geert Müller-Gerbes moderiertes Informations-, Diskussions- und Leistungsprogramm. Auch die beiden Senatssprecher Karl Broderix und Bernd Heidenreich verbanden ihren Rechenschaftsbericht mit einem Blick ins neue Jahrtausend. Ihre per

saldo positive Bilanz erstreckte sich auf Dialogaktivitäten wie spezielle Senatsbriefe, regionale Mitglieder-Stammtische, die ISH-VIP-Lounge sowie den 1998 konstituierten Großhandelsbeirat. Außerdem waren die zur Endverbraucheransprache entwickelten und realisierten Clubleistungen ein Arbeitsschwerpunkt. Allerdings werde das auf Mitgliederwunsch eingerichtete Senatstelefon bisher nur wenig genutzt. Generell mahnten Broderix und Heidenreich bei ihren inzwischen rund 2000 Club-Kollegen mehr Engagement, Kritik und Unterstützung an. Mit Blick auf das neue Jahrtausend gab Broderix die Parole aus: „Jammern hilft absolut nichts, wir müssen uns auf unsere Stärken besinnen und sie offensiv ausspielen.“

Neue Senatoren und Trophy-Gewinner

Wie das aussehen kann, zeigten die beiden Gewinner der mit jeweils 5000 Mark dotierten Club-Trophy 1998/99. In der Kategorie „Die beste Idee zur Stammkundenpflege“ machte der Betrieb von Günther Kirsten aus dem sächsischen Mittweida das Rennen. Seine kontinuierliche Kundenpflege hat einen ausgeprägten Erlebnischarakter. Er schlägt sich neben der jährlich durchgeführten Hausmesse in Ausflügen, Hüttenabenden und Wanderungen nieder. Der Lohn bleibt nicht aus, wie der hohe Stammkundenanteil von 70 bis 80 % bestätigt. Ähnlich ungewöhnliche Wege geht der Sieger in der Kategorie „Die erfolgreichste Idee zur Ansprache neuer Zielgruppen“. Neukunden sind für Heinz Hasenkamp aus Bochum ganz klar Chefsache. Das Resultat ist eine fast lückenlose Präsenz in der Revierstadt. Für einen hohen Bekanntheitsgrad des Fachbetriebes sorgen u. a. Sport-, Bus-, Funk- und Zeitungswerbung sowie Auftritte bei unterschiedlichen Veranstaltungen und sogar ein Sponsorvertrag mit den Bundesliga-Kickern vom VfL Bochum.



In Siegerpose: Günther Kirsten (l.) und Heinz Hasenkamp machten bei der Club-Trophy 1998/99 das Rennen

* Grohe Profi Club, Elias-Eller-Str. 48, 42369 Wuppertal, Tel. (02 02) 46 02 10, Fax (02 02) 4 60 21 22

Fielen die Trophy-Entscheidungen schon vor der Jahrestagung, konnten die Mitglieder in Andechs per Knopfdruck im TED-Verfahren auch selbst ihre Stimme abgeben. So galt es, zwei neue Senatoren in das siebenköpfige Gremium zu wählen. Für die ausscheidenden Harald Funk und Dirk Briesemeister rückten mit Ja-Quoten von jeweils rund 80 % Bernd König und Steffen Freund nach. Beide repräsentieren die jüngere Generation der SHK-Unternehmer und wollen daher u.a. deren Interessen bzw. Ideen stärker in die Clubarbeit einbringen. König kommt aus Aalen und leitet dort als Geschäftsführer den Komplettbadbereich des Haustechnikbetriebes Vitus König. Zu seinen Zielen als Senator zählt es, die Kom-

- 90 % gehen davon aus, daß (lange) vor dem Jahr 2021 die Warmwasserbereitung in gemäßigten Zonen zu 30 % über Solarenergie erfolgt.
- 65 % rechnen damit, daß es vor dem Jahr 2012 gelingt, den durchschnittlichen Frischwasserverbrauch in wasserarmen Regionen um die Hälfte zu reduzieren.
- Nur 23 % halten es jedoch für wahrscheinlich, daß im Jahr 2015 Mitarbeiter das Management bei nachweisbar schweren Fehlern abwählen können.

Auch Dr. Michael Pankow warf einen analytischen Blick auf die Branche. Dabei spannte der Geschäftsleiter Grohe Deutschland einen Bogen von der aktuellen Konjunktursituation bis zu den für die künftige

ramschaktionen nicht zu verniedlichen sei. Das wirkliche Baumarktvolumen von Produkten seines Unternehmens werde laut Dr. Pankow aber überschätzt. Nach Erhebungen der Nürnberger GfK-Marktforschung gehe im Schnitt pro Baumarkt und Woche weniger als eine Grohe-Armatur über den Ladentisch (Übrigens: In Deutschland gibt es rund 3900 Bau- und Heimwerkermärkte). Um das einzuschränken, habe man ein konkretes Maßnahmenpaket geschnürt, das von einer Schnelldreher-Codierung bis zu möglichen Restriktionen für „entdeckte“ Großhändler reiche. Die Hoffnung das Baumarkt-Ärgernis ganz zu beseitigen, sei aber wenig realistisch. Abschließend stellte der Grohe-Chef die Module Profi-Shop und Profi-Bad-Studio vor. Sie sollen Mitgliedsfirmen mit und ohne eigene Ausstellung in Sachen Einzelhandel unterstützen.



Senatoren mit Ex-Finanzminister, Moderator und Grohe-Chef: Dirk Briesemeister, Michael Klüssendorf, Bernd Heidenreich, Hans-Werner Bärhausen, Geert Müller-Gerbes, Dr. Theo Waigel, Dr. Michael Pankow, Karl Broderix, Detlef Bluhm und Steffen Freund (v. l.)

munikation zwischen Handwerk und Hersteller zu verbessern. Die Forcierung des Einzelhandelsgeschäftes hat sich dagegen Freund auf die Fahnen geschrieben. In führender Funktion des gleichnamigen Heizungs- und Sanitärinstallationsbetriebes in Oschatz tätig, vertritt er zudem die Belange der ostdeutschen Clubmitglieder.

Demokratische Skepsis

Sein TED-Votum gab das Plenum auch zu provokativen Zukunftsthesen ab, die im Rahmen einer Delphi-Studie vom Fraunhofer-Institut für Systemtechnik und Innovationsforschung (ISI) bei ca. 2000 Experten ermittelt wurden. Die klösterliche Abstimmung führte u.a. zu folgenden Prognosen:

- 74 % erwarten, daß bis zum Jahr 2009 die Deutschen bereits mehr als 30 % der Güter des täglichen Bedarfs durch Tele-shopping erwerben.

Entwicklung von Industrie, Großhandel und Handwerk wichtigen Herausforderungen. Trotz der nach wie vor wenig berauschenden Badnachfrage im Inland sieht er gute Chancen, die qualitative Überlegenheit des klassischen Vertriebsweges aktiv zu vermarkten. Zumindest die mittel- und langfristigen Perspektiven seien durch den weiter steigenden Bad-Stellenwert, das erhebliche Fitneß/Wellness-Potential, den großen Renovierungs- und Modernisierungsbedarf sowie den Trend zu Wasser- und Energiesparsystemen durchaus günstig. Zur Baumarkt-Präsenz von Markenprodukten hieß es, daß das speziell für das Handwerk gravierende Problem der Ver-

Von Sportlern, Entertainern und Politikern

Bei seinem bayerischen Heimspiel schilderte Ex-Finanzministers Dr. Theo Waigel Zukunftsvisionen von Europa und Handwerk. Um die für die ganze Volkswirtschaft schädliche Schwarzarbeit wirksam zu bekämpfen, seien niedrige Steuersätze das beste bzw. einzige Mittel. Im übrigen würden zwei Drittel der Lohnnebenkosten nicht vom Staat verursacht, sondern von den Tarifpartnern frei vereinbart. Zudem appellierte Waigel an die Handwerksunternehmer, sich stärker in der Politik zu engagieren. Obwohl sich Tempo und Umfang der Veränderungen stetig beschleunigen, machte der Ex-CSU-Chef der Sanitärwirtschaft und dem Handwerk Mut, die Herausforderungen optimistisch anzunehmen. Für alle Unternehmer gelte jedoch: „Wer die Entwicklungen verschläft, den bestrafen die Märkte.“

Um genau das zu vermeiden, zog sich die Devise „Profis lernen von Profis“ wie ein roter Faden durch das Fachtagungsprogramm. Ebenso informative wie kurzweilige Beiträge dazu leisteten der Extrem-Kletterer Stefan Glowacz sowie der Managementtrainer und Buchautor Hans-Uwe L. Köhler in ihren Referaten. Das Finale des offiziellen Fachteils stand unter dem Motto „Profis in Aktion“. Dabei informierten die Trophy-Gewinner von Kollege zu Kollege individuell über ihre Marketingpraxis. Auch Konzept und Elemente des Profi-Partnersystems hatten auf diese Weise Premiere. Die beiden Module mit ihrem flankierenden Angebot sollen Mitglieder bei der Beratung und beim Verkaufen unterstützen. Getreu der Devise „Nach der Arbeit das Vergnügen“ klang das diesjährige Mitgliedertreffen mit einem zünftigen bayerischen Abend aus. □