
MARKTSTUDIE

SHK-Produkte: Wer trifft die Kaufentscheidung...



© T&P

Bauherren und Modernisierer folgen beim Kauf technischer SHK-Produkte meist der Empfehlung des Fachhandwerks.

28.01.2016 -

Eine Studie der Wuppertaler Marketing-Agentur Thielenhaus & Partner T&P unterstreicht die hohe Bedeutung des SHK-Fachhandwerks für Kaufentscheidungen der Endkunden. Die im Auftrag eines namhaften Herstellers durchgeführte Untersuchung ist der Frage nachgegangen, welche Kriterien letztlich den Ausschlag für die konkrete Auftragsvergabe geben. In diesem Sinne sind private, öffentliche und gewerbliche Endgebraucher, Investoren und Betreiber befragt worden.

Zentrale Erkenntnis der Studie ist, dass sich Endkunden vor allem bei technischen Sanitär-, Heizungs- und Klimaprodukten meist auf die Empfehlungen des beratenden Handwerks verlassen, weil es ihnen selbst am entsprechenden Fachwissen mangelt. Das gelte praktisch für den gesamten Heizungs- und Klima-Bereich sowie für die Sanitärtechnik hinter der Wand. Bei Sanitärprodukten vor der Wand, also v. a. bei Keramik, Armaturen, Badmöbeln, Duschtrennungen und Accessoires, stütze sich der Käufer dagegen nicht nur auf die Produktempfehlungen des SHK-Profis, sondern berücksichtige im Rahmen seiner generellen Preisbewilligungsbereitschaft auch persönliche Design- und Material-Präferenzen.

T&P-Geschäftsführer Dietrich W. Thielenhaus bewertet diese Untersuchungsergebnisse als wichtige Entscheidungshilfe für die Marketing- und Vertriebsstrategien der SHK-Industrie. Unstrittig sei der hohe Stellenwert von MarCom-Aktivitäten der Hersteller zur Nachfrageweckung bei den Endkunden. Das gelte insbesondere für den Vorverkauf durch klassische Anzeigenwerbung sowie für flächendeckende PR- und Pressearbeit, die zunehmend auch E-Commerce-Komponenten einbezieht. Industrielle MarCom-Strategien seien besonders erfolgreich, wenn sie das SHK-Handwerk in möglichst viele Prozesse einbeziehen. Empfohlen werden professionelle Koop-Marketing-Programme, die dem Handwerk die lokale Vermarktung erleichtern.

www.thielenhaus.de

(c) Copyright 2016 Gentner Verlag