

**Installation
Sanitär/Heizung**
Vereinigt mit **handwerk intern**

● aktuell ● kritisch ● unabhängig ● anzeigenfrei ● international

Düsseldorf, 15-05-2013

Redaktionsschluss 10 Uhr
Nr. ISH 20/34. Jahrgang

Hamburg feiert den Hafengeburtstag mit 1,5 Mio Besuchern, 7 Kreuzfahrtschiffen, jeder Menge Action, aber immer noch ohne Elb-Philharmonie. – 'mi' zeigt seit vielen Jahren, wie Themen konsequent behandelt werden:
●● Beispielhafte Kollegenwerbung ●● Einkaufsvorteil von Internethändlern erklärt ●● BDH goes YouTube. – Doch zunächst, sehr geehrte Damen und Herren, zu dieser Frage:

Steht sich die Branche mit ihrer Marketingschwäche selbst im Weg?

Diese Frage hat eine gewisse Berechtigung. Schließlich kennen wir alle das Dilemma: Dort, wo der Kunde sich die Produkte anschauen kann, kann er sie in der Regel nicht kaufen, und dort, wo er sie kaufen kann, kann er sie sich meistens nicht anschauen. Ausnahmen mögen für die Kollegen gelten, die über eine eigene Ausstellung verfügen, aber das sind nur wenige – gemessen an der Gesamtzahl der SHK-Meisterbetriebe. Kein Wunder, dass ein profunder Kenner der Branche,

Dietrich W. Thielenhaus, Geschäftsführer Thielenhaus & Partner/Wuppertal, hier einen der Haupt-Ansatzpunkte für Kritik findet:



"Unter dem Marketing-Blickwinkel ist es fast schon traditionell die zentrale Schwachstelle des professionellen Leistungsbündnisses, seine Stärken gegenüber anderen Kanälen nicht konsequent zu kommunizieren. Das gilt vor allem für eine überzeugende, vorverkaufende Aufsen-darstellung gegenüber den privaten, öffentlichen und gewerblichen Endkunden. Kennzeichnend für diese Misere ist es, dass derzeit ein einzelner Online-Anbieter mit seiner massiven TV-, Zeitungs- und Bandenwerbung nahezu un-gestört in die hier bestehenden Lücken vorstoßen kann."

THIELENHAUS PARTNER
AGENTUR FÜR MARKETING GMBH

Unschwer zu erraten, wer damit gemeint ist. **ReuterBad** nutzt dabei aktuell die Schockstarre aus, die von den Kartell-Vorwürfen gegenüber dem Großhandel hervorgerufen wurde. Doch auch vorher gab es – von einigen Herstellern abgesehen – lange Zeit nur wenig, was die Branche ihm entgegenhielt. Die TV-Kampagne 'Das

SHK-Gemeinschafts-werbung gab es schon vor 12 Jahren

Handwerk – Wirtschaftsmacht von nebenan' bildete eine wohlthuende Ausnahme – allerdings nur sehr allgemein und nicht auf das SHK-Gewerk bezogen. Dabei gab es vor rund 12 Jahren doch bereits eine Werbung, die von allen drei Vertriebsstufen gemeinsam produziert und finanziert worden war, die aber dann wie so oft am Geld scheiterte. Gerade der Großhandel sollte sich hier überlegen, ob er es sich in Zukunft leisten kann, hier den Stecker zu ziehen, oder ob er nicht doch lieber in eine Gemeinschaftswerbung investieren sollte. Thielenhaus dazu:

"Es gibt eine Untersuchung von Bauinfo Consult, die zwar nur unter 180 Installateuren durchgeführt wurde, gleichwohl aber sehr interessante Tendenzen bei den Beschaffungswegen aufzeigt. Als zentrale Erkenntnis hat sich dabei ergeben, dass die Umsatzanteile von SHK-Großhandel und Baustoff-Fachhandel am gesamten Einkauf der Installateure in nur zwei Jahren (zwischen 2011 und 2013, Anm. der Red.) von über 90 % auf gut zwei Drittel gefallen sind. Stark zugelegt haben dagegen der Direktbezug bei Herstellern (von 1 % auf 14 %) und der Einkauf in Baumärkten (von 3 % auf 17 %). Seit Jahrzehnten gibt es in Industrie, Großhandel und Handwerk immer wieder Diskussionen über neue Strategien in der Gemeinschaftswerbung, die aber bisher regelmäßig im Sande verlaufen sind. Das sollte sich schnell ändern."

Interessante Zahlen, die vermutlich sogar **Lothar Matthäus** problemlos deuten könnte. Bisher haben viele Kollegen allenfalls komplexe Produkte direkt von Herstellern bezogen mit einer hohen Wahrscheinlichkeit von Problemen bei der Rückabwicklung. Duschabtrennungen, die überwiegend Einzelanfertigungen sind, sind regelmäßig betroffen. Doch der Trend zeigt, dass mittlerweile auch Massenware wie etwa Rohre und

Ihr direkter Draht ...
0211/6698-119
Fax: 0211/6698-350
e-mail: ish@markt-intern.de
... für den vertraulichen Kontakt

Impressum
markt intern Installation/Sanitär/Heizung. – Redaktion Verlagsgruppe: Herausgeber Dipl.-Ing. Günter Weber; Verlagsdirektoren Bwt.(VWA) André Bayer, Olaf Weber; Redaktionsdirektoren Rechtsanwalt Lorenz Huck, Dipl.-Kfm. Uwe Kremer, Heidi Scheuner, Rechtsanwalt Gerrit Weber; Abteilungsleiter Rechtsanwalt Georg Clemens, Dipl.-Kfm. Christoph Diet, Dipl.-Kfm. Karl-Heinz Klein, Dipl.-Vwt. Hans-Jürgen Lenz, Dipl.-Ök. Kirk Mangels, Dipl.-Vwt. Stephan Schenck; Chef vom Dienst Bwt.(VWA) André Bayer.
markt intern Verlag GmbH, Grafenberger Allee 30, D-40237 Düsseldorf, Telefon 0211-6698-0, Telefax 0211-666583, www.markt-intern.de. Geschäftsführer Hans Bayer, Dipl.-Ing. Günter Weber; Prokuristen Bwt.(VWA) André Bayer, Dipl.-Kfm. Uwe Kremer, Rechtsanwalt Gerrit Weber, Olaf Weber; Justiziar Rechtsanwalt Dr. Gregor Kuntze-Kaufhold; Gerichtsstand Düsseldorf. Vervielfältigung nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlages. Druck: Theodor Graudt GmbH Breite Str. 20, 40670 Meerbusch. Anzeigen, bezahlte Beilagen sowie Provisionen werden zur Wahrung der Unabhängigkeit nicht angenommen.
ISSN 1431-3375

markt intern markt intern markt i

ISH 20/2013 Seite 2

Fittinge dazugehören. Wie kann man aus der Klemme herauskommen? Dietrich W. Thielenhaus hat eine ziemlich genaue Vorstellung davon:

"Niemand weiß, wie lange die gegenwärtige Neigung zu Sachwertinvestitionen die SHK-Konjunktur noch beflügeln wird. Es ist ein Gebot der unternehmerischen Weitsicht, aus der jetzigen Stärke heraus strategische Weichenstellungen vorzunehmen. Dazu gehört vor allem eine gemeinsame MarCom-Dachkampagne, die auf bundesweite Bedarfsweckung und -lenkung setzt, die Systemvorteile des professionellen Vertriebswegs verdeutlicht und die Frage nach dem Point of Sale beantwortet."

Das wiederum kann niemand allein. Die Repräsentanten aller drei Vertriebswege müssen dazu zusammenkommen. Ob das jedoch angesichts der Kartell-Verfahren in der letzten Zeit tatsächlich funktioniert, müssen wir abwarten. Ihr 'mi'-Team bietet deshalb an dieser Stelle seine Unterstützung an:

●● Sowohl die 'mi'-Ausgabe als auch 'mi'-Räumlichkeiten bieten wir als Plattform an, um die Probleme der Branche zu diskutieren ●● Jeder – ob Fachhandwerker, Funktionär, Großhändler oder Hersteller – wird dabei gehört ●● 'markt intern' stellt dabei die Öffentlichkeit her, damit gegenüber dem Kartellamt dokumentiert werden kann, dass ausschließlich über Marketing und auf gar keinen Fall über Preise gesprochen wurde. Wer traut sich? Nutzen Sie die Kontaktdaten auf Seite 1.