



VERTRIEBSWEGE

Wer kauft wo?

Die Bezugsquellen-Struktur des deutschen SHK-Fachhandwerks scheint sich deutlich zu verändern. Zu diesem Ergebnis kommt eine Untersuchung von Bauinfo Consult, bei der 180 Installateure in den Jahren 2011 und 2013 nach ihren Beschaffungswegen befragt worden sind. Eine zentrale Erkenntnis lautet, dass die Umsatzanteile von SHK-Großhandel und Baustofffachhandel am gesamten Einkauf der Installateure in nur zwei Jahren von über 90 % auf gut zwei Drittel gefallen sind. Stark zugelegt haben laut Studie der Direktbezug bei Herstellern (von 1 % auf 14 %) und der Einkauf in Baumärkten (von 3 % auf 17 %).

Angesichts dieser Ergebnisse plädiert die Wuppertaler Marketing-Agentur Thielenhaus & Partner für mehr Gemeinschaftsgeist bei der Vermarktung: „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 Bedarfswirkung und -lenkung setzt, die Systemvorteile des professionellen Vertriebswegs verdeutlicht und die Frage nach dem Point of Sale beantwortet.“ ■