

News, 02.09.2013, Jennifer Brandt

Kunden bevorzugen SHK-Fachhandel



Foto: Rainer Sturm / pixelio.de

Das Internet wird in unserer schnelllebigen Zeit immer wichtiger. Doch trotz steigenden Einflusses von Online-Shops zeigt sich, dass der Bürger nicht vollständig auf den konventionellen, stationären Fachhandel verzichten möchte. Gerade weil Online-Shopping im Baubereich noch relativ unüblich ist, kann vor allem der SHK-Fachhandel von dieser Situation profitieren und sollte dies auch in jedem Fall für sich nutzen.

Viele wissen es zu schätzen und dank des Internets ist es auch 24 Stunden, sieben Tage die Woche möglich – online einkaufen. Natürlich bedeutet Einkaufen im Internet immer auch Zeitersparnis. Doch trotz allem gibt es Produkte und Branchen, wo der Kunde nicht auf den altertümlichen Fachhandel vor Ort verzichten möchte.

Gerade bei den hochwertigen und erklärungsbedürftigen Produkten der Sanitärbranche entscheiden sich Kunden immer öfter für den stationären SHK-Fachhandel. Auch wenn in den letzten Jahren der [dreistufige Vertriebsweg deutlich an Bedeutung verloren](#)

hat, so ist er für die Kunden der SHK-Branche sehr wichtig. Denn nicht nur, dass sie hier eine intensive und kompetente Beratungsleistung geboten bekommen. Vielmehr können die Produkte auch angefasst und so besonders entdeckt werden. Allzu oft sind das schließlich Kaufargumente. Auch für den SHK-Fachhandel selbst bringt es Vorteile mit sich, denn die Retoure-Raten sind im stationären Fachhandel nachweislich niedriger als im Online-Handel.

Die Wuppertaler Marketing-Agentur Thielenhaus & Partner rät daher vor allem der Sanitärbranche, sich im lokalen SHK-Fachhandel gut aufzustellen und sich so einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil zu sichern. Denn auch die Marketing-Agentur hat festgestellt, dass die SHK-Branche zu einem der Bereiche gehört, bei dem der Kunde den Fachhandel vor Ort gegenüber dem Online-Handel vorziehen würde.