

**20.01.2016: T&P: SHK-Produkte: Wer trifft die Kaufentscheidung ...****Marktstudie von Thielenhaus & Partner / Zentrale Bedeutung des Fachhandwerks als Meinungsbildner / Großes Vertrauenspotenzial v. a. bei technischen Produkten / Erfolgsrezept für Hersteller: Unterstützung der Installateure bei lokaler Marktbearbeitung**

*Bauherren und Modernisierer folgen beim Kauf technischer SHK-Produkte meist der Empfehlung des Fachhandwerks. Foto: T&P*

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.

Als zentrale Erkenntnis hat sich dabei herausgestellt, 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. Thielenhaus weiter: „Unsere langjährigen Erfahrungen zeigen, dass industrielle MarCom-Strategien dann besonders erfolgreich sind, wenn sie das SHK-Handwerk in möglichst viele Prozesse systematisch und konsequent einbeziehen. Hier gibt es eine ganze Reihe von Schnittstellen. Wir empfehlen vor allem professionelle Koop-Marketing-Programme, die dem Handwerk die lokale Vermarktung erleichtern. Dabei handelt es sich um eine klassische Win-Win-Situation, von der Hersteller und Installateure gleichermaßen profitieren.“

Thielenhaus & Partner realisiert als Full-Service-Agentur komplette Strategien und Aktionsprogramme in den Bereichen Marketing, Vertrieb, Kommunikation und Produktinnovation. Die Unternehmensberatungsgesellschaft ist seit vielen Jahren auch international für namhafte Hersteller und Dienstleister tätig.

**Telefon: 0202 - 97010-0**

**THIELENHAUS & PARTNER**

Agentur für Marketing GMBH

Dönberger Straße 92

42111 Wuppertal

Deutschland

[info@thielenhaus.de](mailto:info@thielenhaus.de)[www.thielenhaus.de](http://www.thielenhaus.de)[Zurück zur Übersicht](#)**Impressum****Anbieterkennzeichnung gemäß § 5 TMG**

SHK-Journal ist eine Aktivität der

Querschiesser Unternehmensberatung GmbH &amp; Co. KG

Treidelweg 6

D-46509 Xanten

Telefon: +49 (0) 28 01 / 98 69 25

(Die Redaktion erreichen Sie unter +49 (0) 23 73 / 39 63 13)

E-Mail-Adresse: [geschaeftsleitung@shk-journal.de](mailto:geschaeftsleitung@shk-journal.de)

Sitz der Gesellschaft: Xanten

Amtsgericht: Kleve HRA 2666

USt-IdNr.: DE 814102074

Persönlich haftende Gesellschafterin: Querschiesser GmbH

Amtsgericht Kleve HRB 7376

Geschäftsführer: Hans-Arno Kloep

**Rechtliche Hinweise****Haftung für Inhalte**

Wir, die Querschiesser Unternehmensberatung GmbH & Co. KG, stellen den Inhalt dieser Website mit größtmöglicher Sorgfalt zusammen. Für eigene, von uns selbst erstellte Inhalte sind wir nach § 7 Abs. 1 TMG nach den allgemeinen Gesetzen verantwortlich. Für Informationen, die uns von Dritten zur Verfügung gestellt werden (fremde Informationen) sind wir jedoch nur nach Maßgabe des § 10 TMG verantwortlich, insbesondere trifft uns keine Pflicht, die uns zur Verfügung gestellten fremden Informationen ständig zu überwachen. Wir versichern, dass wir zum Zeitpunkt des Einstellens der fremden Informationen keine Kenntnis von irgendwelchen konkreten Rechtsverletzungen hatten und, dass wir bei Bekanntwerden von Rechtsverletzungen die entsprechenden fremden Inhalte umgehend entfernen werden.

**Haftung für externe Links**

Unsere Website enthält Links, die zu Websites anderer Anbieter führen. Auf den Inhalt und die Verfügbarkeit dieser Seiten haben wir keinen Einfluss. Verantwortlich für die Verfügbarkeit und den Inhalt dieser fremden Seiten sind ausschließlich die jeweiligen Seitenbetreiber. Wir weisen darauf hin, dass der Inhalt dieser fremden Websites nicht zwingend unsere Auffassung und/oder Meinung wiedergibt. Von Websites mit illegalem oder anstößigem Inhalt distanzieren wir uns ausdrücklich und versichern, dass zum Zeitpunkt der Verlinkung rechtswidrige Inhalte nicht erkennbar waren. Sobald uns rechtswidrige Inhalte externer Seiten bekannt werden, werden wir die entsprechenden Links umgehend löschen.

**Urheberrechte**

Alle auf dieser Website veröffentlichten Texte, Bilder und Grafiken sowie das Layout der Website selbst können urheberrechtlich geschützt sein. Jede Vervielfältigung, Bearbeitung, Verbreitung und jede Art der Verwertung außerhalb der Grenzen des Urheberrechts bedarf der schriftlichen Zustimmung des jeweiligen Urhebers. Downloads und Kopien sind nur für den privaten, nicht kommerziellen Gebrauch gestattet.

**Regeln für das Schreiben von Kommentaren**

Verfassen Sie Ihre Beiträge sachlich, verständlich und verzichten Sie auf persönliche Angriffe.

Beiträge mit widerrechtlichem, diskriminierendem, rassistischem, anstößigem, beleidigende, gewerblichem oder werbendem Inhalt sind nicht gestattet. Das Gleiche gilt für das Anbringen entsprechender Links. Bei Verstößen werden wir die entsprechenden Inhalte oder Links entfernen. Fassen Sie sich kurz, damit eine aktive Kommunikation erfolgen kann.