

Wieselhuber & Partner veranstaltete Branchenwerkstatt

„Distributions- und Vertriebsformen der Zukunft“

Kaum ein Thema wird in der deutschen SHK- und Elektroinstallations-Branche kontroverser und mit steigender Intensität diskutiert wie die „Distributions- und Vertriebsformen der Zukunft“.

Alle Marktpartner in den unterschiedlichen Wertschöpfungsstufen sind gleichermaßen betroffen, wenn es um die typischen vertriebsrelevanten Spannungsfelder geht, wie z. B. Großhandelstreue vs. Multi-Kanal-Strategie, Produktverkauf vs. Projekt-/Systemgeschäft, Fachschiene vs. Do-it-yourself oder Kundenbetreuung vs. Margendruck. Die "Beschleunigungseffekte" des Internets zwingen alle Beteiligten geradezu, sich jenseits des Tagesgeschäftes mit diesem Thema intensiv zu beschäftigen. Vor diesem Hintergrund diskutierten Ende Juni 85 Führungskräfte, das „Who-is-who“ der SHK- und Elektroinstallationsbranche im Rahmen der Branchenwerkstatt Gebäudetechnik, veranstaltet von Dr. Wieselhuber & Partner (W&P) im Hessischen Hof in Frankfurt.

Paradigmenwechsel im Vertrieb

Johannes Spannagl, Partner und branchenverantwortliches Mitglied der Geschäftsleitung von Dr. Wieselhuber & Partner, der seit über 25 Jahren Familienunternehmen bei der Entwicklung zukunftstauglicher Vertriebsstrategien für ertragsreichere Geschäfte unterstützt, stellte einleitend die Ergebnisse einer aktuellen W&P-Marktstudie in der Elektro- und SHK-Branche vor und appellierte gleich zu Beginn an die Hersteller, den Paradigmenwechsel im Vertrieb aktiv anzugehen: „Die starren Marktstrukturen werden sich im Gebäudetechnik-Markt mittelfristig immer mehr auflösen und jeder Vertriebskanal wird im Wettbewerb mit allen anderen stehen und muss seine spezifischen Leistungs- und Differenzierungsmerkmale finden.“ Zudem sprach er sich einhergehend mit den

befragten Führungskräften für eine höhere technische Qualifikation im Vertrieb sowie neue Ansätze in der Vermarktung aus angesichts steigender Produktkomplexität, Systemgeschäft und gewerkeübergreifender Vernetzung.

Klare Statements

Moderator Nikolaus Klein, Chefredakteur der RAS, diskutierte im Rahmen der anschließenden Podiumsdiskussion mit Andreas Bettermann, Geschäftsführender Gesellschafter der OBO Bettermann, Dr. jur. Andreas Hahn, Geschäftsführer der kämpf + co. Innovative Haustechnik GmbH, Karlheinz Reitze, Geschäftsführer der Stiebel Eltron GmbH & Co. KG, Wilhelm Schuster, Vorsitzender der Geschäftsführung der Richter+Frenzel GmbH + Co. KG sowie Dr. Stefan Stegemann, Sprecher der Geschäftsführung der Sonepar Deutschland GmbH, zentrale Anforderungen an Distributions- und Vertriebsformen der Zukunft der Branche. Folgende Kernaussagen der Teilnehmer haben wir nachfolgend aufgelistet.

Andreas Bettermann:



– „Unsere Händler bieten heute die Funktionalitäten technische Information, Verfügbarkeit, Logistik und Finanzierungsfunktion. Falls ein potenter Online-Player diese Funktionalitäten auch anbieten kann, bedeutet das einen relevanten Wettbewerb. Sobald es die „amazons“ dieser Welt auch in unserer Branche gibt, ist der Onlinewettbewerb akut gefährlich für den klassischen dreistufigen Vertrieb. Hier kann die Antwort nur stärkere

Vernetzung und Effizienz in der Abwicklung zwischen Industrie und Handel hin zum Handwerk sein.“

– „Die Herstellermarke schlägt kurz- wie auch langfristig immer die Handelsmarke. Die Gefahr lauert dort, wo Händler diese durch beispielsweise asiatische Fabrikate als Handelsmarke substituieren und mit Ihrem eigenen „Markennamen“ Qualität suggerieren. Der Markt UK hat gezeigt, dass dann niemand mehr Geld verdient. Auch der Handel nicht.“

Dr. jur. Andreas Hahn:



– „Der Onlinehandel fährt auf der Geiz-ist-Geil-Masche. Der Kunde wird irgendwann merken, dass er den Versand dazukaufen und seine Gewährleistungsansprüche aus Werkvertrag mit den geringeren aus Kaufvertrag tauscht. Und irgendwann merkt auch der letzte Installateur, der seine Stundensätze nicht um die fehlende Materialdeckung erhöht, dass dadurch seine Existenz gefährdet ist. Wir bauen jedenfalls keine online gekauften Produkte ein. Ich kenne auch keine anderen Fachbetriebe aus der Innung, die dies tun“.

– „Künftig werden sich die Hersteller in bestimmten Bereichen die Firma aussuchen, die für sie montieren soll. Das macht Sinn, wenn sie sicherstellen wollen, dass der Betrieb dazu auch in der Lage ist. Im Bereich BHKW ist das z. B. bereits der Fall. Denn der Name des Produktes leidet schließlich, wenn der Installateur es nicht ordnungsgemäß montieren kann. In der Regel wird nämlich die fehlende Funktionsfähigkeit dann vermutlich eher auf das Produkt zurückfallen, als auf den Installateur.“

Karlheinz Reitze:

– „In Zukunft geht es darum, wer die richtigen Handwerker als Hersteller an der Seite hat. Nur mit guten Produkten und Service bindet man langfristig den Fachhandwerker an sich.“



– „Die Sanitär- und Armaturenindustrie hat heute schon viel mit dem Onlinehandel zu tun. Es stellt sich die Frage, wie sich der Onlinehandel weiterentwickelt. Vielleicht wird es künftig Beratungsplattformen geben, auf denen man durch Klicks zur Lösung kommt, und zusätzlich Telefonservice und Fachbetriebe zur Montage angeboten bekommt.“

Wilhelm Schuster:

– „Die Energiewende und die „Hauswende“ sind die Branchenthemen der Zukunft. Der Endkunde braucht eine Lösung für sein gegebenes Budget. Nur Dreistufigkeit kann diese bieten. Auch hierfür wird es Online-Lösungen geben. Doch soweit ist die Branche noch nicht.“

– „Die Branche hat eine Bombennachwuchs-Herausforderung im Bereich der fachlich geschulten Installateure. Die Vorlaufzeit für ei-



ne Heizungsmontage beträgt beispielsweise im Süden Deutschlands derzeit zu vier bis sechs Monate.“

– „Industriemarken haben ihren Wert nicht von ungefähr. Alle R+F Optiline-Produkte stammen von den etablierten SHK-Markenh Herstellern. Ich sehe Handelsmarken nicht als Megatrend.“

Dr. Stefan Stegemann:

– „Online abgewickelt werden klassischerweise Routineprozesse, für die der Kunde keine intensive Beratung benötigt – online erfolgt jedoch keine aktive Gestaltung von Problemlösungen für Kunden.“

– „Aus Großhandelssicht gibt es drei Risiken, die die für Installateure, Großhändler und Hersteller so bewährte Partnerschaft der Dreistufigkeit gefährden: 1. Der Auf- und Ausbau des Multi-Channel-Gedankens beim Hersteller. 2. Der Aufbau eines Internet-Geschäfts durch den Installateur selbst – denn dadurch wird eine auch von ihm nicht mehr kontrollierbare und unrentable Preispolitik aktiv ermöglicht. 3. Der Einkauf des Installateurs über das Internet, am Großhandel vorbei – dann kann der Großhandel sicher nicht mehr erfolgreich sein komplettes Dienstleistungsangebot dauerhaft anbieten“.

In der abschließenden Key-Note analysierte der renommierte Trend- und Zukunftsforscher **Dr. Eike Wenzel** die Lebens- und Wohn-



trends der Zukunft und riet den anwesenden Branchenvertretern sich frühzeitig auf die neuen Wohnformen und Nutzermärkte einzustellen, da der Trend klar in Richtung „einer neuen Wertschätzung des Wohnens als Zukunftsanlage, als Schutzraum in einer krisenhaften Ökonomie und als Statement gegen Singularisierung und gesellschaftliche Atomisierung geht“.



Das Foto zeigt (v.l.n.r.): Moderator Nikolaus Klein, Chefredakteur der RAS, Dr. jur. Andreas Hahn, Geschäftsführer der kämpf + co. Innovative Haustechnik GmbH, Dr. Stefan Stegemann, Sprecher der Geschäftsführung der Sonepar Deutschland GmbH, Karlheinz Reitze, Geschäftsführer der Stiebel Eltron GmbH & Co. KG, Johannes Spannagl, Partner der Dr. Wieselhuber & Partner GmbH (Veranstalter), Wilhelm Schuster, Vorsitzender der Geschäftsführung der Richter+Frenzel GmbH + Co. KG und Andreas Bettermann, Geschäftsführender Gesellschafter der OBO Bettermann GmbH & Co. KG