

# Zukünftige Wege zum umworbenen Fachhandwerk

Das Elektrofachhandwerk wird derzeit von zwei Seiten heiß umworben: Bauherren schätzen sich glücklich, wenn sie endlich einen Fachhandwerker gefunden haben und die Elektroindustrie will von der positiven Marktentwicklung einen möglichst großen Anteil realisieren. Dabei läuft sie mit ihren Außendienstmannschaften mehr oder minder gezielt beim Fachhandwerker die Türen ein. Nicht immer passiert dies effizient und bedürfnisgerecht.

Um die tatsächlichen Bedürfnisse der Handwerker zu greifen, wurde im Rahmen der aktuellen Studie „Der Vertrieb im Fachhandwerk 2020+ - Gestaltungsfelder für die Bauzulieferindustrie“ von Dr. Wieselhuber & Partner einer breiten Basis von über 500 Fachhandwerkern hinsichtlich ihrer Bedürfnisse genau zugehört. Aus den Ergebnissen der Studie lassen sich klare Hinweise für eine zielgerichtete und effiziente Zielgruppenbearbeitung ableiten.

Die derzeit vollen Auftragsbücher des Handwerks machen es der Elektroindustrie jedoch nicht leichter, das Fachhandwerk effi-

zient und gezielt anzusprechen. Doch gerade bei dieser Herausforderung der vertrieblichen Ausrichtung fängt die Kür der Marktbearbeitung und nachhaltigen Differenzierung zum Wettbewerb an. Bei der Gestaltung der Marktbearbeitung sind die vom Handwerk erlebten, teils gravierenden Veränderungen des Umfeldes zu berücksichtigen, denn sie verursachen Verunsicherung, das Bedürfnis nach Orientierung und Hilfestellung. Von besonderer Bedeutung sind dabei beispielsweise die in Abbildung 1 dargestellten Aspekte hervorzuheben, die als besonders gravierend wahrgenommen werden (Auszug

aus den Studienergebnissen):

Genau an dieser Stelle sollte die Zielgruppenansprache ansetzen und bedürfnisgerechte Hilfestellung bieten. Dabei ist zwischen grundlegenden Muss-Betreuungsinhalten den „Pflicht-“ und den differenzierenden - den Handwerker positiv überraschenden und vom Wettbewerb abhebenden - „Kür-“ Aspekten zu differenzieren. Hört man den Fachhandwerkern genau zu, so zeigt sich heute ein differenziertes Bedürfnisspektrum und Erfüllungsmaß der Industrie. Beispielhaft werden die in Abbildung 2 auszugsweise dargestellten Aspekte



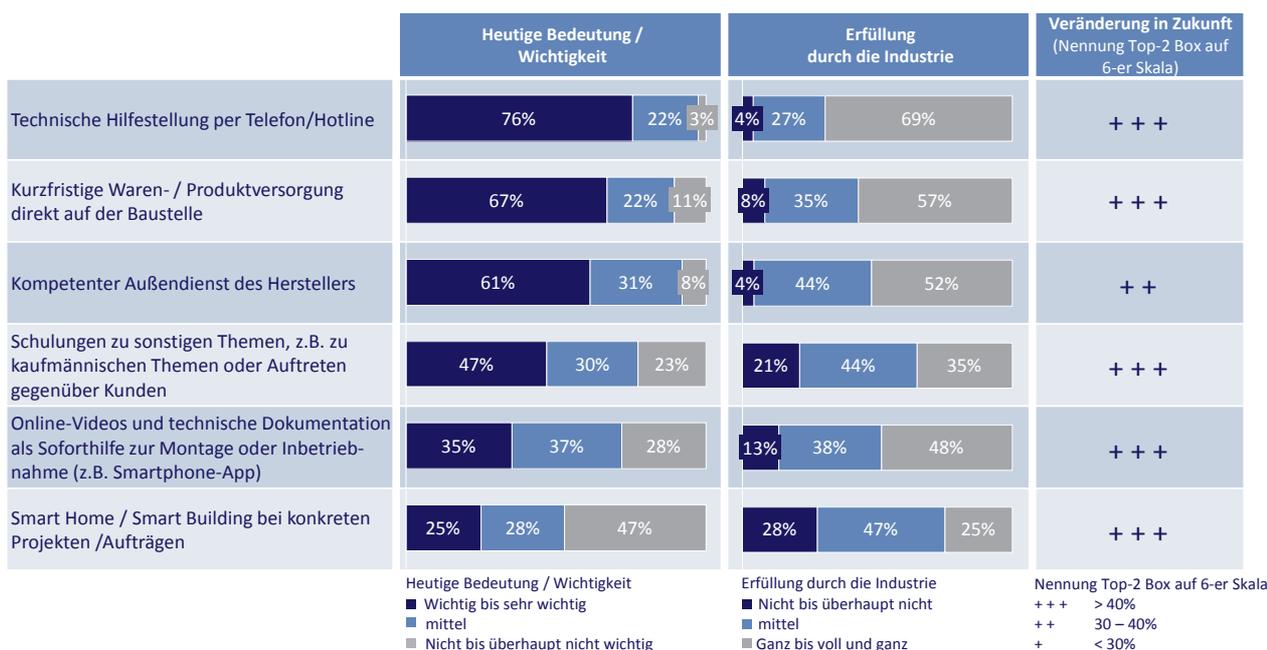
**Abbildung 1: Ausgewählte Herausforderungen der befragten Elektroinstallateure**





Abbildung 2: Ausgewählte Bedürfnisse der befragten Elektroinstallateure

Fotos: Dr. Wieselhuber & Partner



von den Handwerkern als besonders wichtig angesehen sowie hinsichtlich deren heutiger Erfüllung durch die Industrie und deren zukünftiger Bedeutung bewertet.

### Verwirrung beim Fachhandwerk groß

Dabei fällt das ausgeprägte Unterstützungsbedürfnis zum Thema Smart Home auf. Die zukünftige Bedeutung des Themas ist unstrittig und mehr oder minder alle Hersteller bieten dazu umfassende Ansätze. Dennoch ist die Verwirrung und Verunsicherung beim Fachhandwerk extrem groß. Der Lieferant, der dieses komplexe Thema fachhandwerker- und auftraggeberorientiert im Hinblick auf die vertriebliche Bearbeitung und Bindung der Fachhandwerker besetzt und beherrscht, wird erfolgreich sein. Längst hat das Fachhandwerk die Bedeutung und Chance des Themas Smart Home/Building erkannt, erhält jedoch bisher von der Industrie nur wenig akzeptable Hilfestellung. Dem kurzfristigen Markterfolg steht dies entgegen. Bestätigt wird dies auch durch die derzeit noch eher verhaltenen Absatzzahlen der Hersteller

in diesem Segment. Selbstverständlich kann nicht jeder Fachhandwerker genau seine Wunschbetreuung erfahren. Die Marktbearbeitung muss sich auch nach zu erwartenden Potentialen bzw. der monetären heutigen und zukünftigen Bedeutung eines Fachhandwerkers richten. Denn nur eine potential- und bedürfnisorientierte Betreuung, die Input und Output genau tariert, resultiert in einer hohen Vertriebseffizienz. Überraschend häufig sind diese Aspekte in der Praxis - neben den zuvor skizzierten grundsätzlichen Inhalten der Zielgruppenbearbeitung - noch nicht optimal gestaltet. Die objektive Kenntnis der Zielgruppe und entsprechend die proaktive gezielte Bearbeitung von Zielsegmenten ist häufig auch bei durchaus erfolgreichen Unternehmen noch weiter verbesserungswürdig. So werden beispielsweise die Zielsegmente und deren Betreuungsintensität nur selten klar definiert und werden nachgehalten. Über die hier auszugsweise genannten Aspekte hinaus, liefern die umfassenden Ergebnisse der Studie ein weit differenzierteres und detailliertes Bild sowie konkreten Input für Ihre vertriebliche Ausrichtung.

Die vollständige Studie „Der Vertrieb im Fachhandwerk 2020+ - Gestaltungsfelder für die Bauzulieferindustrie“ kann unter [kaiser@wieselhuber.de](mailto:kaiser@wieselhuber.de) kostenfrei angefordert werden.

Florian Kaiser (Dr. Wieselhuber & Partner) berät als verantwortlicher Leiter des Geschäftsbereichs Bauzulieferindustrie namhafte Unternehmen der Elektroinstallationsbranche zu Themen der strategischen und vertrieblichen Ausrichtung.

