

Wachsender Druck auf Hersteller?

Nähe zum Verarbeiter steht auf dem Spiel

Wird am Ende doch nur der Preis die Zusammenarbeit zwischen Installateur, Sanitärgrößhändler und Hersteller regeln, oder wird es auch in Zukunft noch andere Beweggründe für Installateure geben, dem Hersteller die Treu zu halten? Aber welche Beweggründe sind dies, und was ist dem Installateur in Zukunft wirklich wichtig? Diese und anderen Fragen beantwortet eine aktuelle Studie der Munich Strategy Group (MSG), zu der mehr als 400 Großinstallateurbetriebe befragt wurden.

Die Ergebnisse vermitteln einen aktuellen Einblick in die Stimmungslage der meinungsführenden Installateure in Deutschland und zeigen auf, in welchen Feldern die Hersteller gefordert sind, die Zusammenarbeit zu verbessern. Dabei wird deut-

lich, dass Markenhersteller Gefahr laufen, die Nähe zu den Handwerksbetrieben zu verlieren. In der Konsequenz bleiben die Impulse für Innovationen aus, die Markentreue nimmt ab und die Rolle des Handels als Flaschenhals wird gestärkt.

Falsche Preispolitik verschenkt Marge

Produkte und Angebote der Hersteller und der Sanitärgrößhändler nähern sich seit Jahren immer mehr an, eine Differenzierung über das Produkt oder den Preis wird somit immer schwieriger. Doch gerade bei dem scheinbar starken Argument des Preises gehen die Erwartungen zwischen Hersteller und Installateuren deutlich auseinander: Während die Hersteller tendenziell mit leicht zurückgehenden Preisen rechnen, sehen die Installateure auch bei den Preisen Steigerungsmöglichkeiten. Vor diesem Hintergrund wird deutlich, dass Hersteller und Händler wertvolle Margen verschenken, wenn sie weiter der sich selbstaufgelegten Abwärts-Preisspirale folgen. Die Installateure und deren Kunden erwarten eine solche Preissenkung jedenfalls nicht, so MSG Berater Constantin Greiner.

Installateure fordern: mehr und besseren Service

Installateure haben eine klare Erwartungshaltung und Ansprüche gegenüber ihren Lieferanten. Insbesondere der Service ist dabei von entscheidender Bedeutung. Hierunter verstehen die Installateure so selbstverständliche Dinge wie die Erreichbarkeit, die technische Unterstützung oder die Verfügbarkeit der Produkte und genau in diesen Punkten werden die Erwartungen von Seiten der Lieferanten am wenigsten erfüllt. Aber auch in anderen Dimensionen, die außerhalb des Produktes und des Preises liegen, erreichen die Hersteller und Händler nicht die geforderten Erwartungen der Installateure. Verzichteten sie auf Preisdumping, bieten sie das beste Gesamtpaket zum Wohle ihrer Kunden und nicht zuletzt ihrer Ertragskraft. Werden sie ein echter Partner für Installateure.

Die vollständigen Ergebnisse der Studie können gegen eine Schutzgebühr von € 35 inkl. MwSt. angefordert werden. E-Mail: info@munich-strategy.com

www.munich-strategy.com

