

Der dreistufige Vertriebsweg

Qualität als Teamleistung

Sicherlich werden sich einige Leser fragen, wie wir als Auszubildende dazu kommen, über den dreistufigen Vertriebsweg zu schreiben. Das Thema klingt ja zunächst einmal nicht allzu spannend. Doch wir hatten unsere Aha-Situation, als der Betrieb, in dem Ivan lernt, eine im Baumarkt gekaufte Armatur einbauen sollte. Ivan erzählte uns, sein Chef habe das abgelehnt und sich dabei auf den dreistufigen Vertriebsweg berufen.

Werbung gab den Ausschlag

Am Donnerstag ist Benedikt mit seinem Gesellen Peter zum Großhändler gefahren, um noch fehlende Fittings und Armaturen zu besorgen. Da gab es erst einmal einen Kaffee, der ihn richtig wach machte. Brötchen gab es leider keine mehr – die waren gerade aus. Nachdem die beiden die Fittings und die Grohe-Thermostatmischbatterien bekommen hatten, konnten sie endlich zum Kunden brausen. Während der Fahrt blätterte Benedikt die Zeitung durch. Insbesondere die Werbebeilagen interessierten ihn. Und da sah er sie: die Grohe-Thermostatmisch-

batterien im Sonderangebot eines Baumarktes. Peter sagte nur: „Lass das bloß den Chef nicht sehen. Der regt sich nur wieder auf, dass der dreistufige Vertriebsweg nicht eingehalten wird.“ Da war er also schon wieder, dieser ominöse Weg. Und so beschlossen wir SBZ-Jungredakteure dieser Sache auf den Grund zu gehen.

Verkauf in drei Schritten

Wen kann man am besten fragen, wenn es um den Vertrieb geht? Wir

waren uns schnell einig, dass wir den Hebel beim Großhandel ansetzen mussten. Zu unseren Recherchen gehörte der Besuch von zwei Großhändlern: die Großhändler Wiedemann in Sarstedt und Hempelmann in Langenhagen. Als wir bei Firma Wiedemann in Sarstedt ankamen, wurden wir herzlich am Empfang begrüßt. Kurze Zeit später wurden wir von Klauspeter Galka, dem Innovationsmanager des Hauses, mit einem kräftigen Händedruck empfangen. Danach bat er uns in sein Büro, wo er schon Unter-



Markenware bei Obi? Da wurden die Auszubildenden doch richtig neugierig. Großhändler Klauspeter Galka zeigte dem Rechercheteam vor Ort die vielen Vorzüge des dreistufigen Vertriebsweges auf. Im Lager erklärte er hautnah die Anstrengungen der Großhändler, um die Handwerker schnell und kompetent beliefern zu können

lagen bereitgelegt hatte. Und dann erklärte er uns, was es mit dem dreistufigen Vertriebsweg auf sich hat. Der dreistufige Vertriebsweg beschreibt die Zusammenarbeit von Industrie, Großhandel und Handwerk. Diese Zusammenarbeit sieht so aus: Zuerst fragt die Handwerksfirma, nachdem sie einen Auftrag erhalten hat, bei verschiedenen Großhändlern nach einem Angebot für das auf der Baustelle benötigte Material. Als nächstes sendet der Großhandel dem Handwerker sein Angebot zu. Der Handwerksbetrieb beauftragt den Großhändler, der das lukrativste Angebot gemacht hat, mit der Lieferung. Sobald der Großhandel den Auftrag erhalten hat, bestellt er umgehend die Ware beim Hersteller, wenn sie schon nicht im Lager vorhanden ist. Wenn die Ware auf Lager ist, wird sie vom Großhändler entweder zum Betrieb, oder direkt zur Baustelle geliefert – ganz nach Wunsch des Handwerkers. Die angelieferte Ware wird von den Handwerkern auf der Baustelle eingebaut und damit an den Kunden verkauft. Es gibt also drei Schritte, nämlich Industrie – Großhandel, dann Großhandel – Handwerk und schließlich Handwerk – Endkunde.

Dem Vertriebsweg verpflichtet

Auch beim Großhändler Hempelmann wurden wir herzlich empfangen und mit Kaffee bewirtet. Mit Matthias Baacke (Technischer Bera-



Hersteller, die dieses Siegel führen dürfen, sorgen dafür, dass ihre Waren nicht im Baumarkt auftauchen

ter in der Verkaufsförderung) führten wir ein interessantes Gespräch über den dreistufigen Vertriebsweg. Seine Aussagen hierzu deckten sich mit unseren zuvor im Hause Wiedemann gemachten Recherchen. Zusätzlich haben wir noch erfahren, dass über 200 000 SHK-Artikel in der EDV gespeichert und mit kurzer Lieferzeit verfügbar sind. Davon sind allein 32 000 stets im Lager, damit der Handwerker nicht auf diese Ware warten muss. Und dann erfahren wir von Herrn Baacke noch etwas Interessantes: Als Großhandel ist man dem dreistufigen Vertriebsweg verpflichtet, deswegen wird ausschließlich an die Handwerker geliefert. Die Kundschaft besteht aus dem Fachhandwerk Sanitär, Heizung, Klima, Lüftung und Elektrotechnik. Hintergrund ist die Qualitätsverpflichtung. Die Produkte des Großhändlers gewährleisten eine hohe Qualität, die durch einen fach- und sachgerechten Einbau durch das Handwerk sichergestellt wird. Und natürlich hat der Handwerker nun die Möglichkeit, mit einem Aufschlag auf die Produkte sei-

ne Kosten und seinen möglichen Gewinn so zu optimieren.

Drei-zwei-meins?

Im zunehmenden Maße werden diverse Sanitärprodukte und auch komplette Bäder bzw. Heizungsanlagen in Baumärkten angepriesen. Es werden unbekannte Markenhersteller zu günstigen Preisen angeboten. Aber auch bekannte Marken wie z.B. Grohe, Grundfos, Heimeier und Hansa sind zu finden. Auch kommt es vor, dass in deutschen Baumärkten illegale Sanitärprodukte auftauchen: Markenprodukte werden im Ausland gefälscht und von dort zu den Baumärkten in Deutschland geliefert (z.B. Hansgrohe- oder Caleffi-Produkte). In anderen Fällen werden Sanitärprodukte im Baumarkt verkauft, obwohl der Hersteller das gar nicht will. Deswegen versucht z.B. Hansa mit verschiedenen Rückkaufaktionen, ihre Produkte aus den Baumärkten wieder zu entfernen. Die Nutzung des Internets führt zu einer weiteren Möglichkeit, SHK-Pro-

Damit die Waren zügig zur Baustelle kommen, unterhält Hempelmann einen eigenen Fuhrpark mit 18 Lkws



dukte zu kaufen. Als Beispiel sei hier der Internet-Anbieter Ebay genannt, bei dem man eine schier unendliche Auswahl an Produkten finden kann.

Was tun mit der Aldi-Armatur?

Der Eingriff in die Trinkwasser-, Wärmetransport- und Wärmeerzeugungsinstallation liegt in der Regel in der Verantwortung des Fachhandwerkers. Damit verbunden ist eine sach- und fachgerechte Ausführung der Arbeit mit hohen Qualitätsansprüchen. Treten bereits nach kurzer Zeit Störungen auf, müssen im Rahmen der Gewährleistung alle erforderlichen Maßnahmen ergriffen werden, um den Soll-Zustand der Installation wieder herzustellen. Damit ist im Prinzip ausgeschlossen, dass der Handwerker Produkte in Baumärkten besorgt. Dem Kunden jedoch werden bei Aldi, Lidl und Baumärkten immer wieder günstige Armaturen und andere sanitäre Produkte angeboten. Und zwar zu Preisen, bei denen die Markenhersteller nicht mithalten können. Ab und zu kommt es deshalb vor, dass Installationsbetriebe von Kunden beauftragt werden, Baumarktprodukte zu installieren. Soll man sich da verweigern? Dann macht es jemand anders! Baut man die Baumarkt-Produkte ein, können weitere Aufträge folgen. Wichtig erscheint uns, dass man in einem solchen Fall den Kunden über die möglichen Konsequenzen informiert:

- Möglicherweise geringere Lebensdauer des Produktes
- In der Regel keine Ersatzteilbeschaffung möglich

- Gegebenenfalls erhöhte Schallemissionen bei Armaturen und anderen Fittings
- Unklare Werkstoffeigenschaften (erhöhte Korrosionsgefährdung, u. ä.).

Im Umkehrschluss bedeutet das allerdings auch, dass man als Fachhandwerker Bescheid weiß, um dem hohen Qualitätsstandard der Markenprodukte Genüge zu tun. Deswegen ist jeder Fachhandwerker in der Pflicht, sich regelmäßig über Produktvielfalt und -entwicklung auf den neuesten Stand zu halten. Hierzu gehört auch das Lesen von Fachzeitschriften.

Neue Wege gehen

Eine Möglichkeit sich dieser Situation zu stellen, ist die Beteiligung an dem vom Zentralverband Sanitär, Heizung und Klima initiierten Handwerkermarkenkonzept. Industrieunternehmen, welche die Grundsätze des Handwerkermarkenkonzeptes unterstützen, verpflichten sich unter anderem zur

Einhaltung des dreistufigen Vertriebsweges. Unter der Internet-Adresse www.handwerkermarke.de kann man erfahren, wer die aktuellen Partner der Handwerkermarke sind. Weitere Möglichkeiten sind eigene Ausstellungen zu konzipieren sowie die Organisation von Hausmessen, bei denen die Kunden gezielt eingeladen und informiert werden. Gerade auf Hausmessen besteht die Möglichkeit, auf die Qualitätsunterschiede zwischen Baumarktprodukten und der Markenqualität hinzuweisen. Und natürlich auf die Dienstleistungen, die der Installateur zusätzlich anbietet.

Das Ziel des dreistufigen Vertriebsweges ist die Zusammenarbeit zwischen den Herstellern (Industrie), den Großhändlern und den Handwerksbetrieben. Um den Endverbraucher zufrieden zu stellen, kommt es letztendlich auf eine erfolgreiche Zusammenarbeit von Industrie, Großhandel und Handwerk an. Nur so kann der dreistufige Vertriebsweg bestehen.



Die Autoren dieses Beitrages sind (v.l.) Ivan Brack, Jakub Dziechciejewski, Michael Kielek und Benedikt Melcher