

# „Keine Zeit für diesen Wandel heißt keine Zeit für die Zukunft“



Die Händler des WUPPER-RING versorgen Endkunden mit Wohlfühloasen. (Foto: E/D/E)

Die Haustechnik-Branche hat sich in den vergangenen Jahren stark verändert. Was im SHK-Markt passiert und welche Chancen sowie Herausforderungen dies für den mittelständischen Großhandel mit sich bringt – das sind die relevanten Fragen der Branche. Fachmännisch diskutieren darüber, und wie das E/D/E die [WUPPER-RING](#) Händler unterstützt, Axel Güthner (Geschäftsführender Gesellschafter bei [Hans Bohner](#)), Sebastian Rusch-Fehrig (Prokurist im Bereich Heizung und Sanitär bei [Handelskontor Seevetal](#)) – ihres Zeichens beide Haustechnikhändler im WUPPER-RING – und Peter Jüngst in seiner Funktion als E/D/E Geschäftsführer.



Peter Jüngst, Axel Güthner, Sebastian Rusch-Fehrig (v. l.) (Fotos: E/D/E, Hans Bohner, Handelskontor Seevetal)

### ► PVH Magazin: Was passiert aktuell in der Branche?

**Peter Jüngst:** Die Haustechnikbranche startete 2021 deutlich besser als die Gesamtwirtschaft. Hauptgrund für die gute Lage und die optimistischen Erwartungen der Branche ist eine starke Inlandsnachfrage. Diese finden Sie vor allem in Bestandsmaßnahmen. Private Haushalte investieren verstärkt im Wohnbereich. Auch die Aufhebung der Mietpreisbremse wird das Geschäft beleben. Die Konjunktur für das Auslandsgeschäft zeigt eine steigende Tendenz, bleibt aber unterhalb des Inlandsgeschäfts.

**Sebastian Rusch-Fehrig:** Wir sehen in der Haustechnik eine solide Entwicklung. Gerade in der aktuellen Pandemiezeit kann der Sanitärmarkt stark profitieren. Aber auch diese Branche bleibt vom Fachkräftemangel nicht verschont. Es zeichnet sich ab, dass sich künftig neue Kundengruppen für den klassischen Großhandel auftun. Ein weiterer, unkalkulierbarer Faktor ist die schlechte Warenverfügbarkeit und der damit einhergehende Preisanstieg – vor allem bei Stahl- und Kunststoffprodukten. Wenn sich hier nicht bald signifikant etwas ändert, könnte dies problematisch werden.

**Axel Güthner:** Genau, und die Beschaffungsthematik spielt dabei ebenfalls eine große Rolle. Aktuell nutzen viele Großhändler wie wir die Chance, ihren Bestand aufzustocken. Diejenigen mit Material stehen auf der Gewinnerseite. Aber irgendwann wird sich die Lage auch wieder beruhigen – und darin besteht das Risiko. Denn dann will jeder seine Artikel aufgrund des Preisverlustes als Erster loswerden. Es sind also herausfordernde Zeiten.

### Vor welchen Herausforderungen steht der Haustechnikmarkt im klassischen Großhandel künftig?

**Rusch-Fehrig:** Eine der größten Herausforderungen ist die Digitalisierung, durch die ein erheblicher Verdrängungswettbewerb einsetzt – besonders in Form des Multi-Channel-Vertriebs der Industrie. Gerade der traditionelle dreistufige Vertriebsweg ist davon derzeit besonders stark betroffen, denn der Preisvergleich im Internet ermöglicht es, die Margen des Handwerks für den Kunden weitgehend transparent zu machen.

**Jüngst:** Außerdem werden die Produkte im Haustechnikmarkt immer komplexer und beinhalten mehr Technik. Den Handwerkern fehlt teilweise das notwendige Know-how, um den Endkunden adäquat beraten zu können. E/D/E Serviceleistungen wie Web-Seminare oder Veranstaltungen vor Ort sind notwendig, um den Handwerker zu unterstützen und somit auch den Endkunden langfristig von sich zu begeistern und an sich zu binden.

**Rusch-Fehrig:** Richtig, wir müssen den Fachhandwerkern vermehrt Dienstleistungen anbieten, die ihnen einzelne Arbeitsschritte beispielsweise mittels Leihhandwerkern, Factoring- oder Rechnungslegung-Angeboten abnehmen.

**Güthner:** Ein kompetenter Außendienst wird deshalb immer wichtiger.

Unsere Handwerkskunden arbeiten momentan absolut am Limit. Daher unterstützen wir sie als Großhandel und nehmen ihnen Aufgaben ab, die eigentlich nicht zu unserem Geschäft gehören: Dazu zählen die Auslegung von Heizungen oder Lüftungsanlagen sowie die Endkundenberatung vor Ort. Diese Unterstützung ist gern gesehen und wird teils sogar gefordert.

### Zur Digitalisierung: Welche Rolle spielen Daten und Shop-Systeme in der Branche?

**Güthner:** Das Thema Daten spielt eine wichtige Rolle. Die Kunden fordern Online-Shops – daher nutzen wir beispielsweise den E/D/E Multishop. Im Hinblick auf die Digitalisierung müssen wir mit der Zeit gehen, uns anpassen und überdenken, ob das bisherige Vorgehen noch sinnvoll ist oder ob wir andere Pfade einschlagen müssen.

**Jüngst:** Wichtig ist es daher auch, der nachfolgenden Handwerkergeneration Shop-Systeme anzubieten, denn diese werden verstärkt online kaufen. Eine hohe Datenqualität ist dabei der Schlüssel für dauerhaften Erfolg. Das E/D/E verfügt mittlerweile über eine der besten Lösungen Deutschlands, die in sämtliche unserer Vertriebskonzepte einfließt. Dadurch grenzen wir uns deutlich vom Wettbewerb ab und unterstützen unsere Händler effizient und nachhaltig.

### Die Branche konzentriert sich immer mehr. Wie begegnen Sie diesem Aspekt?

**Rusch-Fehrig:** Der Lieferantenkonzentrationsprozess ist ein weiteres Thema, das uns zurzeit beschäftigt. Hier müssen wir gemeinsam noch stärker agieren, um etwas Marktdruck aufbauen zu können und unseren Größennachteil auszugleichen.

**Jüngst:** Hervorzuheben ist die Dominanz der überregionalen Wettbewerber, die spürbar zunimmt. In unserer Branche finden seit einiger Zeit erhebliche Konzentrationsprozesse statt: Die Großen werden größer und erhöhen durch Einkaufs-, Kosten- und Prozessvorteile den Druck auf die mittelständischen Handelsstrukturen. Diesem Fakt müssen wir uns als Verbund ebenfalls stellen. Die sich verändernden Online-Handelsstrukturen bringen für die SHK-Branche weitere riesige Herausforderungen mit sich.

**Güthner:** Beim Wettbewerbsdruck durch die Online-Händler haben wir Großhändler es ja ein Stück weit selbst in der Hand. Wir müssen beispielsweise mehr auf unsere Eigenmarke [FORMAT](#) setzen, die die Online-Händler nicht im Portfolio haben. Wir müssen den Eigenmarkenanteil noch weiter ausbauen.

### Stichwort Eigenmarke: wieso?

**Jüngst:** Die WUPPER-RING Händler müssen die Eigenmarke [FORMAT](#) stärker in den Vordergrund stellen. Das grenzt sie deutlich vom Wettbewerb ab. Mit [FORMAT](#) bieten wir unseren Partnern zahlreiche Möglichkeiten und Lösungen sowie ein Alleinstellungsmerkmal. ►



Alle E/D/E Eigenmarken aus den Bereichen Sanitär, Installation und Heizung und laufen unter der Dachmarke FORMAT. (Abbildungen: E/D/E)

◀ Der Großhandel muss aufwachen. Alle reden vom Margendruck, aber nur wenige erkennen das hohe Potenzial und die Vorteile, die in der Eigenmarke schlummern.

**Rusch-Fehrig:** Stimmt, wir müssen unsere Eigenmarke FORMAT „sexy“ machen und uns so vom Wettbewerb abgrenzen. Unsere Mitarbeiter sollten FORMAT Produkte gern verkaufen. Die Eigenmarke muss daher auch einen eigenen Vertrieb haben – das heißt für mich, ein Stück unseres Marketingbudgets diesbezüglich zu verwenden. Hier braucht es seitens der Haustechnikhändler mehr Bereitschaft, in die eigene Marke zu investieren.

#### Welchen Stellenwert hat dabei das Marketing?

**Jüngst:** Wir möchten eine Trendwende einleiten und darum muss ein Umdenken im Bereich des Online-Marketings stattfinden. Es zeigt sich, wie vergleichsweise kostengünstig und effektiv gezieltes Social-Media-Marketing ist. Der Haustechnik-Bereich wird auf diesen Kanälen immer präsenter. Ein Fokus auf diese Art der Vermarktung könnte speziell traditionellen Häusern nützen. Die jüngeren Kollegen eines Unternehmens sollten dann auch federführend sein.

**Güthner:** Das sehen wir genauso. Das Marketing analog und online hat für uns einen hohen Stellenwert. Das E/D/E unterstützt uns dabei aktiv, wie beispielsweise bei „Bäder sehen.planen.kaufen.“. Da spielten wir kürzlich eine Webradio-Aktion. Ich konnte mir das erst gar nicht vorstellen, bis mich andere Unternehmer darauf angesprochen haben. Die positiven Auswertungen belegen: eine super Aktion, und finanziell überschaubar war sie auch. So was könnten wir als kleine Mittelständler gar nicht alleine leisten.

#### Gemeinsam im WUPPER-RING wollen Sie den Marktveränderungen entgegenwirken. Was zeichnet den Zusammenschluss aus?

**Rusch-Fehrig:** Der WUPPER-RING wird als Marke gerade moderner und frischer. Das ist vor allem der Verdienst des jungen Teams der E/D/E Haustechnik rund um Stefanie Giesel, das sich mit Herzblut einsetzt und neue Perspektiven einbringt. Dies in Kombination mit der Erfahrung der älteren Kollegen macht es für mich aus. Dass die WUPPER-RING Händler diese Veränderungen annehmen und einem jungen Team vertrauen, das zeichnet uns aus. Denn wir Händler sind der WUPPER-RING!

**Güthner:** Nur gemeinsam im Verbund sind wir stark und können am SHK-Markt agieren.

**Jüngst:** Der WUPPER-RING ist die richtige Adresse für den mittelständischen Haustechnik-Handel, um auch bei den aktuellen Marktveränderungen wettbewerbsfähig zu bleiben. Hier können die Händler an einem „bunten Blumenstrauß“ exzellenter Konzepte partizipieren, die seitens des E/D/E zur Verfügung gestellt werden. Wer die Vorteile früh erkennt und umsetzt, der festigt die eigene Position auf dem Markt ganz erheblich!

#### Wie kann man sich als Mitglied im WUPPER-RING vom Wettbewerb unterscheiden?

**Rusch-Fehrig:** Es gibt vier Vorteile, die kein anderer Verbund bietet: die Vorteile des eLC, qualitativ hochwertige Stammdaten, BADDY und für Mitglieder ohne eigenen Shop auch den Multishop. Damit kann man sich am Markt gut durchsetzen. Es gibt natürlich noch zahlreiche andere Dinge, wie etwa die Angebote der [ETRIS BANK](#) wie zum Bei-

spiel die Bank-gestützte Zentralregulierung oder die vielseitigen Factoring-Angebote. Darüber hinaus bietet das E/D/E eine Plattform, um neue Dinge auszuprobieren und zu investieren. BADDY ist dabei ein Paradebeispiel, bei dem die WUPPER-RING Händler aktiv mitgewirkt und ihr Know-how und Personal eingebracht haben. Nun können alle Mitglieder des WUPPER-RING davon profitieren.

**Güthner:** Ergänzend bilden die Marketingkonzepte ein weiteres Abgrenzungsmerkmal – ebensowie unsere Eigenmarke FORMAT.

#### Wie unterstützt das E/D/E den WUPPER-RING?

**Güthner:** Es ist erschreckend, wie viele Häuser vom SHK-Markt durch Übernahmen und Insolvenzen verschwinden. Darum müssen wir Verbliebenen mehr zusammenhalten und mehr konzentrieren. Das E/D/E unterstützt dabei aktiv beispielsweise durch den neuen Leistungskreis Heizung und Online-Produktschulungen sowie durch Webinare. Gleiches gilt für Verhandlungen von Einkaufskonditionen und -boni oder die Bereitstellung von Marktinformationen über die Lieferfähigkeit der Lieferanten. Das alles alleine umzusetzen, würde uns in einigen Punkten überfordern.

**Jüngst:** Unsere Aufgabe ist es, unsere Partner im SHK-Großhandel nachhaltig regional zu unterstützen. Unsere an die Marktsituation angepassten Produkte und Dienstleistungen helfen ihnen dabei, die jeweils aktuellen Herausforderungen zu meistern. Das E/D/E investiert seit Jahren in die Entwicklung und den Ausbau digitaler Services und ermöglicht den Mitgliedern so, in dieser Zeit daran partizipieren zu können und ihre Marktposition auszubauen.

#### Wo soll die gemeinsame Reise hingehen?

**Rusch-Fehrig:** Wir brauchen eine starke Marke und die haben wir mit dem WUPPER-RING. Diesen gilt es jetzt weiterzuentwickeln. Wir wollen im nächsten Jahr gemeinsam mit dem WUPPER-RING zu den Schnellen gehören, und das können wir nur, wenn jeder mit anpackt und seinen Beitrag leistet. Das bedeutet auch ein Stück weit die Aufgabe der Selbstständigkeit. Man muss bereit sein, ein Teil des Teams zu sein. Für uns zählt der Erfolg der Gruppe, nicht der des Einzelnen!

**Jüngst:** Und das müssen wir zeitnah angehen. Denn keine Zeit zu haben für diesen Wandel heißt, keine Zeit zu haben für die Zukunft.

**Güthner:** Das heißt für uns, sich mit seinem Know-how und seinen Stärken aktiv miteinzubringen und voneinander und miteinander zu lernen und zu profitieren. Nur durch die Stärke des WUPPER-RING können wir erfolgreich bleiben. Auch für uns bedeutet das, etwas Eigenständigkeit abzugeben. Wir müssen hier und da über unseren Schatten springen und Dinge ausprobieren, um langfristig Erfolg zu haben.

**Rusch-Fehrig:** Eine schlagkräftige Gruppe von Händlern zu werden, die sich gemeinsam konzentriert – das ist für uns der zukünftige WUPPER-RING. Dadurch bleibt der WUPPER-RING ein interessanter Partner für die Industrie. Zudem hilft uns das, neue Händler anzuwerben.

#### Herr Jüngst, wie will der WUPPER-RING die Wettbewerbsfähigkeit seiner Händler künftig weiter stärken?

**Jüngst:** Kooperation ist der Schlüssel für die Wettbewerbsfähigkeit der mittelständischen Händler. Nur gemeinsam können wir erfolgreich am Markt agieren. Aus diesem Grund haben wir jüngst die Strategie des WUPPER-RING überarbeitet und an die aktuellen Gegebenheiten angepasst.

[pro]