

Presse-Information

Partnerschaft angestrebt

hagebau gründet FACHHANDEL FÜR TISCHLER & SCHREINER

„Wir sind die einzige Kooperation im Holzhandel, die sich neben Einkauf und Sortimentsgestaltung intensiv um die Entwicklung von Vertriebskonzepten kümmert. Deshalb ist das Spezialisierungspaket „FACHHANDEL FÜR TISCHLER & SCHREINER“ nur ein weiterer konsequenter Schritt.“ Mit diesen Worten eröffnete Hans-Joachim Hoewner, Geschäftsführer Warenmanagement/Holzhandel der Soltauer hagebau Zentrale die Gründungsversammlung in Göttingen.

Mit der Erfahrung aus der seit Anfang 1999 erfolgreich am Markt agierenden Fachgruppe HOLZBAU FACHHANDEL und nach 15-monatiger Vorbereitungszeit gehen 12 hagebau Gesellschafter jetzt mit einem maßgeschneiderten Vertriebskonzept an den Start.

Das Handwerk ist im Umbruch

Die Zielgruppe der Tischler und Schreiner mit bundesweit mehr als 40.000 Betrieben und einem Einkaufsvolumen von über 14. Mrd. Mark (7,16 Mrd. Euro) für Holz und zugehörige Verbrauchsmaterialien ist hoch interessant. Nach den Worten von Gastreferent Hermann Kubat, Vorsitzender des Bundesausschusses für Forschung, Umwelt und Entwicklung im Tischlerhandwerk, befindet sich die Branche in einem rapi

den Strukturwandel. Aus seiner Sicht müssen sich die Handwerksbetriebe auf den hohen Vorfertigungsgrad der Industrie einstellen. „In Zeiten von CNC-gesteuerten Maschinen ist auch die Losgröße 1, früher die Chance des Handwerks, von der Industrie wirtschaftlich zu produzieren“, gibt Kubat zu bedenken. Hinzu kommen Großserienprodukte, beispielsweise Innentüren. Obendrein stellen die Kunden immer höhere Anforderungen an die Produkte und deren Qualität. Diesen Marktgegebenheiten könne der Tischler oder Schreiner nur mit hoher Servicebereitschaft und Termintreue begegnen. „Was liegt da näher, als spezialisierte Holzfachhändler als leistungsfähige Partner in der Hinterhand zu haben“, zeigt Kubat einen Lösungsweg auf. Beide Seiten müssten Partnerschaft als Chance begreifen, die Interessen bündeln, mehr miteinander reden und zum Vorteil der Kunden gemeinsam handeln.

Vier Säulen der Spezialisierung

Welche Dienstleistungspakete die hagebau Zentrale für die Gründungsgesellschafter geschnürt hat, stellte der zuständige Projektleiter Ralf Ax vor. Alle basieren auf den vier Säulen der Spezialisierung bei der hagebau: Personal/Schulung, Sortiment, Service- und Dienstleistungen sowie Marketing.

Gut ausgebildetes Fachpersonal ist die Basis

Großer Wert wird vom Start weg auf gut geschultes Fachpersonal gelegt. Die Weiterqualifizierung zum „Fachverkäufer für Tischler & Schreiner“ mit vier Unterrichtsblöcken à drei Tagen wurde bereits im März gestartet. Ebenso angelaufen sind Schulungen für die Leiter der Spezialisierungspakete und für Außendienstmitarbeiter. In diesen Seminaren lernen

die Teilnehmer, Marktpotenziale vor Ort zu erkennen und gemeinsam mit ihren Kunden aktiv den Markt zu bearbeiten.

Vollsortimenter für Tischler & Schreiner

Alle Gründungsmitglieder haben sich zum Ziel gesetzt, möglichst rasch ein Vollsortiment für ihre Zielgruppe vorzuhalten. Dieses besteht aus einem Lagerkernsortiment, das um regionale Besonderheiten ergänzt wird. Angedacht ist der Aufbau eines Zusatzsortimentes, das Beschläge für den Innenausbau ebenso beinhalten soll wie Lacke, Beizen, Farben und Produkte für den Arbeitsschutz.

Bonitätscheck ist einmalig in der Branche

Neben einer schmucken Ausstellung, die von den Tischlern und Schreibern und deren Kunden aktiv genutzt werden soll, bieten die hagebau Spezialisten eine ganze Palette weiterer Service- und Dienstleistungen an. Hierzu zählen Produkt-schulungen und Know-how-Seminare, beispielsweise zum Thema Qualitätsmanagement. Über den hagebau Fachhändler kann der Tischler oder Schreiner bei Bedarf die Bonität seiner Kunden prüfen – ein in der Branche einmaliges Angebot!

Fertig konzipiert ist auch eine kleine, aus Einzelmodulen zusammensetzbare Präsentation beim Schreiner oder Tischler vor Ort. Hier stehen Exponate beispielsweise zu den Themenbereichen Boden, Wand, Decke oder Türen zur Verfügung.

Mächtig Gas geben die Mitglieder der Fachgruppe auch in der Logistik. Zählt der LKW mit Planenaufbau zum trockenen Holztransport noch zur Grundausstattung, so versetzen ein Vorkommissionier-Service bei Selbstabholung, ein Touren

dienst und ein 24-Stunden-Anlieferservice den Profikunden in die Lage, seine Termine präzise einzuhalten.

Kooperatives Marketing hilft beiden Partnern

Viele Handwerker verstehen sich gut auf Materialien und Produkte, aber nur wenige beherrschen das erfolgreiche Akquirieren und Verkaufen. Auch in dieser Hinsicht bietet der FACHHANDEL FÜR TISCHLER & SCHREINER Unterstützung an. Grundlage ist ein von Ralf Ax und seinem Team entwickeltes Partnerschaftskonzept, das die Zusammenarbeit inklusive aller beschlossenen Aktivitäten und Terminen klar regelt. „Viele unserer Kunden zeigen nicht einmal an der Baustelle mit einem entsprechenden Schild Flagge. Oft fehlt auch ein schlüssiges Anzeigenkonzept oder das Wissen um die kontinuierliche Ansprache potenzieller Kunden mit Mailings“, sieht Ax großen Nachholbedarf. Der Fachhandel werde sein Know-how partnerschaftlich an seine Kunden weitergeben. Ax ganz pragmatisch: „Je besser unsere Kunden akquirieren und verkaufen, desto mehr profitieren auch wir.“

102 Zeilen à ca. 60 Anschläge

Zeichen gesamt: 5.254

Stand: März 2001