

Onlineeinkauf: geteilte Meinung

Der noch relativ junge Vertriebskanal Internet etabliert sich zunehmend. Immer mehr Händler verkaufen über das Netz - mit steigenden Umsätzen. Das ist das Ergebnis der Studie „Internet im Handel 2008“, durchgeführt vom E-Commerce-Center Handel des Instituts für Handelsforschung an der Universität Köln. 2007 erwirtschafteten die Unternehmen demnach 9,2% ihres Umsatzes online, 2005 waren es noch 6%, 2003 lediglich 3,8%. Spiegelt sich dieser Trend auch im Einkaufsverhalten der Installateure wider?

In der SHK-Branche wird nach wie vor überwiegend über den professionellen – sprich dreistufigen – Vertriebsweg geordert. In jüngster Zeit erwächst nicht nur von OBI, Hornbach und Co., sondern auch aus den eigenen Reihen (den traditionellen Sanitärfachgroßhändlern) Konkurrenz: Der spezialisierte Internet-Sanitärgrößhandel. Mit fachkundigen Beratungsgesprächen können die On-

line-Anbieter zwar nicht mithalten. Dafür haben die virtuellen Fachgeschäfte rund um die Uhr geöffnet und locken mit günstigen Angeboten. Der springende Punkt ist also: Sind diese Vorteile bestechend genug für die Profikundschaft? BauInfoConsult hat das Online-Einkaufsverhalten von SHK-Installateuren in einer Marktforschung untersucht – und das sind die Ergebnisse.

Per Telefon wurde den insgesamt 181 interviewten SHK-Installateuren zunächst die Frage gestellt, ob sie das Internet auch für geschäftliche Zwecke nutzen. Das Klischee vom onlinescheuen Rohrverleger bedienen die Antworten der SHK-Installateure ganz und gar nicht: 88% der Befragten surfen geschäftlich im Internet. Aber auch zum Materialeinkauf? Hier zeigt sich die Mehrheit der befragten Handwerker, die auf das Internet zurückgreifen, ganz traditionell: Die Frage, ob sie ihr Material mitunter auch im Internet-Sanitärgrößhandel einkaufen, wurde von 61% der Befragten verneint. Doch bleibt immer noch ein starkes Drittel der Internet-User, nämlich 37%, die sich auf den Seiten der Online-Anbieter tummeln.

Wie stehen die SHK-Handwerker zum Onlineeinkauf?

Diejenigen Befragten, die das Internet beruflich nutzen, sollten aus mehreren vorgelesenen Aussagen angeben, inwiefern sie diesen Sätzen zustimmen. Dass sie wegen der 24-stündigen Einkaufsmöglichkeiten im Online-Han-

del gerne dort einkaufen, bejahte ein starkes Drittel voll und ganz oder zum Teil, während ein knappes Viertel diese Aussage nicht bzw. überhaupt nicht unterschreiben kann.

Dass sie im Internet-Sanitärgrößhandel einkaufen, weil das Material dort günstiger ist als im normalen Handel, bejahten 18% – darunter jedoch nur 3% der Befragten voll und ganz. Demgegenüber stehen zusammen 40%, die dem eher oder überhaupt nicht zustimmen konnten.

Kommen die SHK-Installateure im Online-Shop gut ohne die persönliche Beratung aus, die das herkömmliche Fachgeschäft bietet? Nur 20% der Befragten konnten ganz oder teilweise bestätigen, dass ihnen das Informationsangebot im Internet auch ohne persönlichen Kontakt zum Händler genügt, während knapp doppelt so viele SHK-Handwerker dem eher nicht oder gar nicht zustimmten.

Bei all diesen Stellungnahmen zum Online-Fachhandel enthielten sich jeweils über 40% einer Aussage. Das sind auf den ersten Blick un-

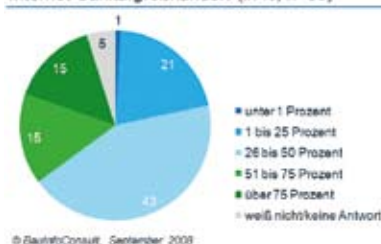
„Ich kaufe im spezialisierten Internet-Sanitärgrößhandel ein, weil das Material dort günstiger ist als beim normalen Sanitärfachgrößhandel.“ (in %, n=159)



„Die Informationen zu den Produkten im Internet-Sanitärgrößhandel reichen für mich aus, die Beratung im Sanitärfachhandel vermisse ich nicht.“ (in %, n=159)



Wie viel Prozent ihres gesamten Materials kaufen Sie im Internet-Sanitärgrößhandel? (in %, n=59)



Bitte geben Sie an, inwiefern Sie den folgenden Aussagen zustimmen (in %, n=159)



Virtueller Querschläger!?

Internethandel – Chance oder Risiko fürs Handwerk? Wir sprachen darüber mit Wilhelm Zinoni, Obermeister der Innung München. Als konkretes Beispiel haben wir das Portal BestPriceSHK gewählt. Der Anbieter bezeichnet sich selbst als Internet-Discounter für das SHK-Handwerk.

IKZ-HAUSTECHNIK: Wer billig gute Lebensmittel kaufen will, geht zu ALDI. Wer billig gute Möbel kaufen will, geht zu IKEA. Wer billig gute SHK-Markenartikel kaufen will, geht zu BestPrice-SHK. Mit diesem selbstbewussten Motto wirbt der Internet-Shop auf seiner Homepage. Und verspricht darüber hinaus Rabatte, die sonst nur die Großen kriegen. Das klingt doch eigentlich prima.

Wilhelm Zinoni: Richtig, klingt eigentlich gut. Die Lockangebote der Baumärkte klingen meistens auch gut und wenn Sie dann ins Detail gehen, stellen Sie fest, dass vieles wesentlich teurer ist als im Fachhandel. Sie finden es dann auch richtig, dass derjenige, der für 1 Mio. Euro im Jahr dort einkauft, die gleiche Einstufung genießt, wie der, der einmal für 25 Euro bestellt?

IKZ-HAUSTECHNIK: Da ist wohl etwas dran. Haben Sie selbst schon Produkte im Internet geordert? Wie sind Ihre Erfahrungen?

Wilhelm Zinoni: Ja. Wir haben es versucht bei unseren

Großhändlern. Aber die Erfahrungen, die wir gemacht haben, waren nicht so rosig. Inzwischen ordern wir nur sehr selten übers Internet. Die Bauvorhaben, die Produkte, das Ersatzteilwesen – es wird alles immer anspruchsvoller, immer komplexer. Da brauchen wir Ansprechpartner im Fachgroßhandel, die kompetent sind und schnell helfen können. Das können Online-Shops nicht leisten.

IKZ-HAUSTECHNIK: Dafür kann im Internet rund um die Uhr bestellt werden.

Wilhelm Zinoni: Das ist richtig. Und natürlich bleibt es jedem selber überlassen, wo er bestellt. Doch überlegen Sie mal: Wer hilft Ihnen bei schwierigen Bestellungen, man kennt sich schließlich nicht bei allen Produkten perfekt aus? Im Heizungssektor, beispielsweise bei Regelventilen, bin ich mir sicher, dass 80% der Bestellungen falsch sind. Da hilft nicht nur der Preis, da ist Know-how gefordert.

IKZ-HAUSTECHNIK: Die meisten Installateure können ihr Material über den etablierten Fachgroßhandel im Internet ordern. Beispiel GC-Online. Der Anreiz ist allerdings mit 1% zusätzlichem Rabatt eher gering. Wären größere Rabatte seitens des Fachgroßhandels nicht ein geeignetes Instrument zur Kundenbindung?

Wilhelm Zinoni: Klar, ein paar Prozent mehr sind im-

mer gut, dazu wird keiner nein sagen. Doch ob es GC-Online oder andere Großhändler sind, bei allen bekommen Sie bei Bedarf noch eine Beratung dazu. Das ist der kleine, aber feine und fürs Handwerk enorm wichtige



■ Wilhelm Zinoni.

Unterschied zu reinen Lieferportalen, die keine Beratung bieten, über keine eigene Logistik und kein Lager verfügen. Also wenn schon Onlineeinkauf, dann bitte beim etablierten Fachgroßhandel und am besten für unproblematische Produkte.

IKZ-HAUSTECHNIK: Kommen wir noch einmal auf BestPrice-SHK zurück. Keine Verpflichtung, kein Mindestumsatz. Der Handwerker bestellt bequem seine Brot- und Butter-Teile und spart dabei kräftig, heißt es auf der Online-Plattform. Klingt doch einleuchtend, was also spricht dagegen?

Wilhelm Zinoni: Keiner kann auf Beratung verzichten, das spricht dagegen. Als Stich-

worte seien genannt: Bei Falschlieferungen der Umtausch und damit verbunden Rücknahmeprobleme! Wer ist Schuld? Natürlich wird es immer der Besteller sein, oder? Man muss nicht besonders kreativ sein, um sich weitere Beispiele zu suchen.

IKZ-HAUSTECHNIK: Lieferung und Zahlung erfolgen bei BestPrice-SHK nach einfachem Strickmuster. Die Ware soll durch Logistikpartner werktags garantiert innerhalb von zwei Werktagen eingehen. Die Lieferkosten orientieren sich an den Bestellkosten und sind klar gestaffelt. Die Zahlung kann bar oder einfach per Bankeinzug erfolgen. In diesem Punkt scheint das Konzept überzeugend, vorausgesetzt die Umsetzung funktioniert in der Praxis. Wie sind Ihre Erfahrungen diesbezüglich.

Wilhelm Zinoni: Die Antwort steckt schon in der Frage. Unsere Großhändler liefern zweimal am Tag ohne Lieferkosten. Mindermengenzuschläge wurden in langen Verhandlungen mit den Großhändlern inzwischen geklärt. Bezahlung per Bankeinzug? Um Gottes Willen, welcher halbwegs vernünftige Kaufmann lässt sich auf so etwas ein. Bei zehn Rechnungen ist mindestens eine dabei, die nicht stimmt. Ich glaube nicht, dass man noch mehr aufzählen muss. Soviel zu dem überzeugenden Konzept. ■

gewöhnlich viele. Allerdings darf man nicht vergessen, dass die Frage allen internetnutzenden SHK-Installateuren gestellt wurde, also auch den knapp zwei Dritteln der Nutzer, die nicht im Internet-Fachhandel kaufen. Offensichtlich sind viele dieser Handwerker noch so wenig

mit dem Online-Sanitärgrößhandel in Berührung gekommen, dass sie sich dazu auch kein Urteil bilden wollten.

Einmal Online-Kunde, immer Online-Kunde?

Doch wie groß ist der Anteil am Materialbedarf, den die Online-Käufer tatsächlich über den Internet-Handel ab-

decken? Weniger als ein Viertel der befragten Installateure, die Online-Shops nutzen, beziehen nur bis zu 25% ihres Materials per Mausklick. Die Mehrheit von 43% kaufen zwischen 26 und 50% ihres Materials im Internet. Über die Hälfte ihres Bedarfs bestellt mit 30% sogar ein knappes Drittel der Internet-Fach-

handelskunden online. Die Tendenz ist deutlich: Drei von vier Installateuren, die Material aus dem Internet beziehen, nutzen die Online-Plattform dann auch mehr oder weniger intensiv. ■

@ Internetinformationen:
www.bauinfoconsult.de