

Editorial



Es gibt viel zu justieren, wer fängt schon mal an?

Weihnachten und den Jahreswechsel vor dem Auge. Da wird gerne inne gehalten und zurück geblickt, auf das zu Ende gehende Jahr. Bilanz gezogen und stolz die Brust geschwellt, was man so alles geschafft hat, in den vergangenen Monaten.

Schaut man auf unsere Branche, dürfte aber der Blick voraus diesmal viel interessanter sein. Denn statt vorweihnachtlicher Ruhe tun sich allerorten Verwerfungen auf, wenn es um den etablierten Vertriebsweg geht: **Dornbracht** beispielsweise hat mit „Beste Badstudios“ etwas Neues eingestiebt – und wird dafür vom Großhandel abgestraft. Der ist selber mit innovativen (Online)Modellen am Start, lässt die Heizungspakete aus der Kiste, präsentiert das Komplettbad elementar anders – und wird dafür von den berufsständischen Vertretungen gezeißelt, die die Autonomie des Fachhandwerks gefährdet sehen. Das hat sich aber den, sagen wir mal: „Unmut“ des **BDH** zugezogen – weil es lieber Bäder als Heizungen einbaut und deswegen Marktpotential liegen bleibt. Und die Industrie ist sauer, weil Großhändler an der Abholtheke á la Lidl in den Direktpreisvergleich „Hersteller- vs. Hausmarke“ einsteigen – und damit den von der knappen Verarbeitungskapazität gedämpften Umsatz auch noch umsatzmäßig verderben...

Jeder gegen jeden statt wir für uns alle?

Fakt ist: Wie in der Vergangenheit, mit den bisherigen Aufgabenverteilungen, kann es angesichts des stark veränderten Konsumenten- und Einkaufsverhaltens nicht weiter gehen. Prozesse müssen angepasst, Informations- und Absatzkonzepte nachjustiert werden. Und zwar dringend. Denn die Entscheidungen über Investitionen in Bad und Heizungskeller werden heute von der netzaffinen „Generation Y“ getroffen, nicht mehr vom Sangesbruder aus dem Männerchor... Und für die ist natürlich das Internet der entscheidende Point of Information, mit allen damit verbundenen verfügbaren Vergleichsmöglichkeiten.

Dass der Preis einer davon ist, versteht sich von selbst. Ihn aber zum knallenden Kriterium an der Abholtheke zu machen, wird dem Potential der gemeinsamen Wertschöpfungskette wahrlich nicht gerecht. Genauso wenig wie das berufsständische Beharren auf vermeintlich vom Endkunden zuerkannte Kernkompetenzen, die in Wirklichkeit schon vor 10, 15 Jahren viel von ihrer Bedeutung eingebüßt haben.

Wir dürfen also gespannt sein, wie sich das in den kommenden Monaten sortiert!

Als Verlag und Redaktion wünschen wir Ihnen bis dahin eine gute Zeit und einen erfolgreichen Start ins Neue Jahr!

Ihr



Eckhard Martin

..... ❄️

FROHE
WEIHNACHTEN
UND EIN GLÜCKLICHES
NEUES JAHR!

.....