

Wirklich fit für die Zukunft?

Oder warum DIY-Lieferanten Kooperationspartner suchen (sollten), Teil 2 eines diskussionswürdigen Interviews über die Zukunft vieler mittelständischer Lieferanten in der Bau- und Heimwerkerszene.

diy

Warum zweifeln Sie denn die Partnerschaft von Handel und Lieferantenseite an?

Ewald W. Schneider:

Manchmal mag das ja klappen, aber da muss es sich schon um einen Lieferanten handeln, der schwer für den Handel austauschbar ist. Die viel beschworene Partnerschaft mit der Industrie wird von den meisten Lieferanten so nicht wahrgenommen. Solange der Handel in der Dimension denkt, dass das Geld leichter bei der Industrie verdient werden kann als am PoS, wird sich an dieser Situation auch nicht viel ändern.

diy

Und wie sehen Sie mittelfristig die Entwicklung bei den Lieferanten?

Schneider:

Ich kann hier nur spekulieren. Aber ich denke, keiner braucht sich in einigen Jahren die Augen zu reiben, wenn plötzlich die Hälfte aller heutigen Lieferanten nicht mehr existiert. Die hätten dann zwar teilweise (noch) Chancen, auf alternative Vertriebswege – wie den zweistufigen

gen und einstufigen Vertrieb – auszuweichen. Aber diese vertriebliche Kreativität traue ich diesen Lieferanten nicht zu, sonst hätten sie lange vorher bereits alles versucht, ihre Position im großflächigen DIY-Handel zu stärken. Sicher, gelegentlich gab und gibt es Kooperationen innerhalb der DIY-Lieferantenszene. Aber meistens reduziert sich das auf Lieferanten, die sich sowieso schon vom Sortiment sehr nahe standen und möglicherweise vorher Konkurrenten waren.

diy

Herr Schneider, welche Position nehmen Sie denn nun als Berater ein?

Schneider:

Traditionell stellen ja oft die Geldgeber Kontakte zu anderen Unternehmen her. Leider sind das dann aber meistens keine DIY-gerechten Partnerschaften, sondern eher Aktionen unter Finanzgesichtspunkten. Wir konzentrieren uns darauf, Gemeinsamkeiten zwischen interessierten DIY-Unternehmen zu identifizieren und zu entwickeln. Dazu gehört u. a. auch eine möglichst vergleichbare Unternehmenskultur. Die idealen Partner haben

meistens ein starkes Interesse an Synergieeffekten bei Logistik, Sortimenten und vor allem beim Außendienst für Deutschland und das europäische Ausland. Und man erwartet einen Partner, der heute bereits zweistellige Millionenumsätze tätigt und eine gute Präsenz in den Handelshäusern aufweisen kann und nicht einfach nur ein noch nicht eingelistetes Ergänzungsprodukt vorzuweisen hat.

diy

Und: Was machen Sie denn nun wirklich anders als andere?

Schneider:

Hm, ich weiß nicht, was andere machen. Was ich weiß, ist, dass wir uns nicht mit finanziellen Details beschäftigen - das ist nicht unsere Stärke. Wir sind Vertriebs- und Marketingspezialisten und können die Chancen für einen Lieferanten im DIY-Umfeld aus jahrelanger Erfahrung recht gut einschätzen. Wir helfen (meistens), anzeigengestützt die richtigen Partner zu finden und nutzen gerne das Internet. Denn die Suche beschränkt sich nicht auf Deutschland. Wichtig ist für beide Unternehmen, dass wir als externe Vermittler und Coach streng vertraulich mit den Absichten beider Unternehmen umgehen. Darauf kann man sich bei uns verlassen. Unsere Arbeit fängt aber erst richtig an, wenn sich



„Die viel beschworene Partnerschaft mit der Industrie wird von den meisten Lieferanten so nicht wahrgenommen“, ist sich Ewald W. Schneider sicher.

zwei Partner gefunden haben. Der erforderliche Integrationsprozess der Unternehmenskulturen ist auch nicht zu unterschätzen. Da kommt beispielsweise uns unsere Erfahrung aus über 1.300 Seminartagen als Trainer zu Gute. ■

Schalt mich ...

... einfach mal früher!

Bis zu 25 % Sprit sparen. Mehr Geld im Portemonnaie. Mehr Klimaschutz.

Einfach Info-Set „Limacheiter“ anfordern. Senden Sie 1,99 € in Briefmarken an den NABU-Infoservice, 63223 Bonn.