

# abusanitair

## abu multiset Funktionsbecken

# Waschechter Komfort



**10 Jahre Garantie  
auf die Bruchfestigkeit!**

Modernes Design und Funktionalität machen dieses Becken zum Schmuckstück und gern gesehenen Helfer in Keller, Heizung, Garage, Waschraum, Garten und anderswo.

#### Ausstattung:

2 integrierte Handtuchhalter, Edelstahlreling, Seifenschale, 2 Haken für Zubehör, optional Seifenspender, Auflagerost und Abtropfschale. In die breite Ablagefläche können Armatur und Seifenspender eingebaut werden.

Weitere Info bei:

### Abu-plast

Kunststoffbetriebe GmbH  
Am Bahnhof 20  
D-96472 Rödental  
Tel.: +49(0)9563/930  
Fax: +49(0)9563/93226  
e-mail: info@abu.de  
www.abu.de

an OAllaxis company

nüssig. Die Abnehmerorientierung, die Lieferantorientierung, und damit die Prozessorientierung im Wertschöpfungsprozess muss insgesamt für die gesamte Prozesskette optimiert werden. Das heißt, es müssen klare Entscheidungen möglich sein auf Grund fundierter Informationen. Nicht zu vernachlässigen ist dabei die Mitarbeiterorientierung. Wie diese Bereiche zusammenhängen, zeigt Grafik 7.

#### SPANNUNGSFELDER

Laut Sondermann wandeln sich die Aktivitäten des Großhandels. Handel ohne Großhandel, das klingt zwar etwas sehr theoretisch, der Baligh-Richartz-Effekt zeigt aber die gesamtwirtschaftliche Kostenreduzierung aus der Einschaltung des Handels. Die alles entscheidende Frage dabei ist: Wie viele Kontakte sind eigentlich erforderlich, um überhaupt zwischen Kunden und Hersteller in Kontakt zu treten. Sondermann zeigte auf, wie viel hilfreicher die Einschaltung des Handels ist. Das solle man sich immer vor Augen halten, wenn der Großhandel insgesamt in seiner Bedeutung, in seiner Funktion in Frage gestellt wird. Es ist ein ökonomischer Trugschluss zu meinen, man könne den Handel sinnvollerweise komplett aus betriebswirtschaftlicher oder volkswirtschaftlicher Sicht ausblenden. Entscheidend ist, dass es dem Großhandel gelingt, Leistungen anzubieten, die in der Distributionskette wertschätzungssteigernd wirken. Das bedeutet also, der Großhandel ist auf Dauer erfolgreich, wenn es ihm gelingt, sowohl für die Lieferanten, als auch für die Abnehmer einen spürbaren Mehrwert zu schaffen.

#### MICHAEL SCHMIDT: MARKETING ALS SCHLÜSSEL ZU ERFOLG

Michael Schmidt - Inhaber der PS-Gebäudetechnik erläuterte sein „Erfolgsrezept.“ „Von Kunden, Mitarbeiter und Bananen“ so überschrieb er nicht nur seinen Vortrag, „so lautet auch der Titel des Buches, das wir geschrieben haben,“ erklärte Schmidt.

#### WARUM BANANE?

Für Schmidt war einer der Marktbesuche mit seinem Sohn ein Schlüsselerlebnis. „Wir sind jeden Samstag immer zum gleichen Marktstand gegangen, weil da am wenigsten los war. Wir haben jeden Samstag 10 Apfelsinen gekauft. Und immer eine dazu. Eines Tages mussten wir zu einem anderen Marktstand, weil unserer nicht da war. Dann kam dieses Schlüsselerlebnis: Dieser Marktstand hat provokativ, obwohl Apfelsinen in Stückzahl bezahlt werden, diese in eine Schale reingelegt

Michael Schmidt



und hat eine Banane obendrauf gelegt. Sie können sich heute die Antwort selber geben, wo ich seit 3 Jahren einkaufen muss. Richtig am Marktstand mit der Banane, daran kann sich mein Sohn immer noch erinnern.

#### DENKEN IM KOPF DES KUNDEN

„Wenn verkaufen so einfach ist, müssen wir unseren Mitarbeitern, das ist unser Ziel, klar machen, wie einfach Marketing ist. Marketing war für mich vor 5-6 Jahren noch ein Schimpfwort, weil ich überhaupt nicht wusste, was dahinter steckt. Marketing ist eigentlich für uns „nur Denken im Kopf des Kunden“. Das versteht jeder Handwerker bei uns. Kunden werden nur von zufriedenen Mitarbeitern begeistert.“

#### DER KUNDE ALS FAN

Schmidt meint auch, dass das Produkt eigentlich gar nicht wichtig ist. Betont aber, dass sie nur Markenhersteller einbauen. Er verfolgt auch den 3-stufigen Vertriebsweg, den er gut findet. „Letztendlich ist es aber so, dass unsere Leute verkaufen, unsere Monteure, oder wir vor Ort, also letztendlich das Handwerk“. Und kam wieder zu den Bananen. Im Handwerk ist es ja nicht immer einfach Bananen von irgendwo herzuholen. Eine Banane ist zum Beispiel für Schmidt, Termine zu bestätigen. „Unsere Kunden bekommen sofort eine Terminbestätigung, ob das im Kundendienst oder auf einer Baustelle ist“.

• „Banane“ Auftreten beim Kunden. „Die Überzieher für Schuhe, denke ich, sind allseits bekannt, seit Jahren schon von vielen Firmen propagiert, nur bei meinen Schulungen stelle ich immer wieder fest, dass der Inhaber sagt, er ziehe die nicht an, lass das mal die Monteure machen. Bei uns zieht jeder die