



Vom 11. bis 13. Mai hielt die SHK AG ihre Jahreshauptversammlung 2017 in Dresden ab. Auf der begleitenden Messe zeigten zwei- und dreistufige Lieferanten sowie Großhändler und Dienstleister mit knapp 70 Messeständen ihre Produkte und Angebote.

## Jahreshauptversammlung der SHK AG

# MARKENSTRATEGIE GIBT WETTBEWERBSVORTEILE

Die SHK AG hielt Mitte Mai in Dresden ihre Jahreshauptversammlung ab. Für die Handwerkerkooperation war 2016 ein sehr erfolgreiches Geschäftsjahr mit Zahlen, die erneut über dem Branchendurchschnitt lagen.

Über 600 Teilnehmer, mehr als 200 Mitgliedsbetriebe und etwa 70 Messeaussteller kamen vom 11. bis 13. Mai nach Dresden zur Jahreshauptversammlung 2017 der SHK AG. Das Hauptaugenmerk der Geschäftsstelle mit Sitz in Bruchsal gilt der Wirtschaftlichkeit und der Wettbewerbsfähigkeit der rund 900 Mitgliedsunternehmen durch Bereitstellung von Kooperationsleistungen – in enger Zusammenarbeit mit zwei- und dreistufigen Lieferantenpartnern –, um damit einen Beitrag zur Unabhängigkeit des Sanitär- und Heizungsfachhandwerks zu leisten. „Umsatztreiber für unsere SHK waren einmal mehr die gewachsene Warenbezugsquote und die

hohe Inanspruchnahme unserer SHK-Leistungen. Ebenfalls ein moderates Wachstum in der Mitgliederzahl“, so Harald Belzer, Vorstand SHK AG. Das Zentralregulierungsgeschäft, als der bedeutendste Indikator für die Geschäftsentwicklung, hat, so Wirtschaftsprüfer Stefan Träumer, „das hervorragende Ergebnis des Geschäftsjahres 2015 noch einmal getoppt und zwar um 3,8 Prozent, also über dem Branchendurchschnitt“. Zudem verkündete Belzer die ersten Quartalszahlen aus dem aktuellen Geschäftsjahr 2017: „Unser Zentralregulierungsvolumen ist in den ersten Monaten um über 10 % gestiegen.“ Erfreulich ist für die SHK AG auch die Entwicklung der Kooperation in Österreich, wo sich das Geschäftsvolumen gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres „rasant verdoppelt“ habe. Wachstumstreiber in der Branche allgemein war das Modernisierungsgeschäft bei Bädern und Heizungen. Hier lag der Umsatzanteil bei 72 %. Hauptkundengruppe waren mit einem Anteil von 61,4 % die privaten Auf-

traggeber. Genau auf diese Zielgruppe hat die SHK AG das Marketing ihrer Marken „Meister der Elemente“ und „Die Badgestalter“ ausgerichtet. Mit einer Erklärung für das überdurchschnittliche Wachstum der Mitgliedsunternehmen. Ebenso für Belzer ein Grund zur Freude: Der Umsatz mit den Lieferantenpartnern aus dem zweistufigen Vertriebsweg zeigte mit fast 10 % Plus „steil nach oben“. Die SHK AG arbeitet mit Herstellern sowohl im zweistufigen als auch im dreistufigen Vertriebsweg zusammen. Mittelständische Großhändler sind verlässliche Partner der Handwerkerkooperation. „Wir haben in allen Bereichen die Top-Lieferanten an Bord“, so Belzer.

### Kooperations-Marke

Internetshops, etablierte Großhändler, Hersteller und sogar fachfremde Anbieter haben mit neuen Geschäftsmodellen die alten Spielregeln der Branche deutlich verändert oder aufgekündigt. Zu kooperieren ist deshalb eine Strategie für Handwerker, um Herr über die eigenen Entscheidungen zu bleiben – mit einer



Über die SHK Einkaufs- und Vertriebs AG informierten im Rahmen eines Pressegesprächs (v. l.): Dr. Michael Schreiber, Bereichsleiter Kommunikation und Marketing, Vorsitzender des Aufsichtsrats Alfred Bock, Vorstand Harald Belzer, stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrats Gerald Krenn und Vertriebsleiter Georg Lauinger.



Der Experte für digitales Marketing Sanjay Sauldie nahm sich in seiner Festrede dem Thema „Social Network for Future!“ an.

Kooperations-Marke bleibt der Handwerker Unternehmer. Die SHK AG bietet ihren Mitgliedern als Angebot, den bundesweiten Marken „Meister der Elemente“ und „Die Badgestalter“ beizutreten. Die unternehmerische Freiheit jedes Gesellschafters bleibt dabei gewahrt. Er allein entscheidet, wann, wo und in welcher Intensität er die Angebote seiner Kooperation nutzt. Beide Marken stärken den Auftritt der Unternehmen vor Ort und im Internet. Die Teilnehmer der Marke erhalten professionelle Marketingmittel und werden unterstützt bei der Gestaltung ihres individuellen Auftritts – sowohl online wie auch offline. Damit haben die Markenunternehmen einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil. Denn bevor ein Auftrag für eine neue Heizung oder ein neues Bad vergeben wird, informieren sich die Menschen im weltweiten Netz. Nicht nur die Produkte werden gegoo-gelt, auch die Fachunternehmen, die sie einbauen können. Qualität im Handwerk entfaltet auf den möglichen Neukunden dann ihre Wirkung, wenn sie auf der Internetseite optimal präsentiert wird und wenn dort andere Kunden die gute Arbeit des Markenunternehmens mit ihren Bewertungen bestätigen. „Durch das bundesweite zentrale Marketing für beide Marken erfahren die Konsumenten, dass ‚Meister der Elemente‘ und ‚Die Badgestalter‘ für Qualität im Handwerk stehen. Dieser Markenaufbau ist in vollem Gange und zeigt

erste Wirkung. Je mehr Mitgliedsunternehmen für das bundesweite Markenversprechen eintreten, desto erfolgreicher werden unsere gemeinsamen Marken“, so Belzer. **Festredner und Rahmenprogramm** Ein Inder aus Mannheim (Online-Experte Sanjay Sauldie), ein Branchenguru (Hans-Arno Kloep) und ein Schlagzeuger (Michael Kercher mit seinem Drum-Edu-Tainment) waren die drei Festredner während der Jahreshauptversammlung. Die wilde Mischung war wohlüberlegt, denn alle drei gaben den Mitgliedern und Lieferantenpartner un-

gewohnte Impulse für ihr Tagesgeschäft und die persönliche Einstellung mit. Schließlich rundeten ein Festabend im Internationalen Congress Center Dresden, Profi-Musiker und Profi-Entertainer das Programm ab. So konnte Vorstand Harald Belzer die drei Tage in Dresden auf einen Nenner bringen: „Wir haben Dresden gerockt.“ Mehr zur SHK AG, in der über 920 Betriebe mit einem Gesamtaußenumsatz von rund 1,5 Mrd. Euro organisiert sind, und über die Jahreshauptversammlung 2017 findet man auch online unter [www.si-shk.de](http://www.si-shk.de) im Bereich Nachrichten. ■ [www.shknet.de](http://www.shknet.de)

## KOOPERIEREN BEDEUTET TEILHABE

Die Handwerksunternehmer wirken als Gesellschafter der SHK-Kommanditgesellschaft (alleinige Aktionärin der SHK AG) an der Geschäftspolitik der SHK AG in mehrfacher Weise mit: durch ihre Entscheidungen in der jährlichen Gesellschafterversammlung, durch die Arbeit ihrer gewählten Repräsentanten in den Aufsichtsgremien und durch Mitarbeit in Markenbeiräten und Arbeitskreisen. Die Mitglieder erfreuen sich wirtschaftlicher Vorteile in Form von Boni-

und Gewinnbeteiligungen. Darüber hinaus erhalten sie Kooperationsleistungen wie Marketing, Architekturleistungen, Seminare oder betriebswirtschaftliche Beratung. Diese Leistungen bekommen sie in der Regel zum Selbstkostenpreis. Indem sie das umfangreiche Kompetenzspektrum ihrer Kooperation in Anspruch nehmen, können sich die Handwerksunternehmer auf ihre Kernkompetenzen konzentrieren und ihre Ziele bestmöglich erreichen.