

Domotex/Bau Das erwartet Sie auf den Leitmessen

Der interessante Schadensfall Vorsicht beim Nachversiegeln von Parkett

Teppichbodenkunde Alles zum Thema Rückenbeschichtung

Baustellenpraxis Einbrüche und Fehlstellen in Estrichen fehlerfrei sanieren

Beachten Sie bitte
besonders die Seite(n)

14-15

den-wand-decke.de

boden wand decke

Das Fußbodenmagazin für Handwerk und Handel



HARO Parkett



HARO Laminatboden



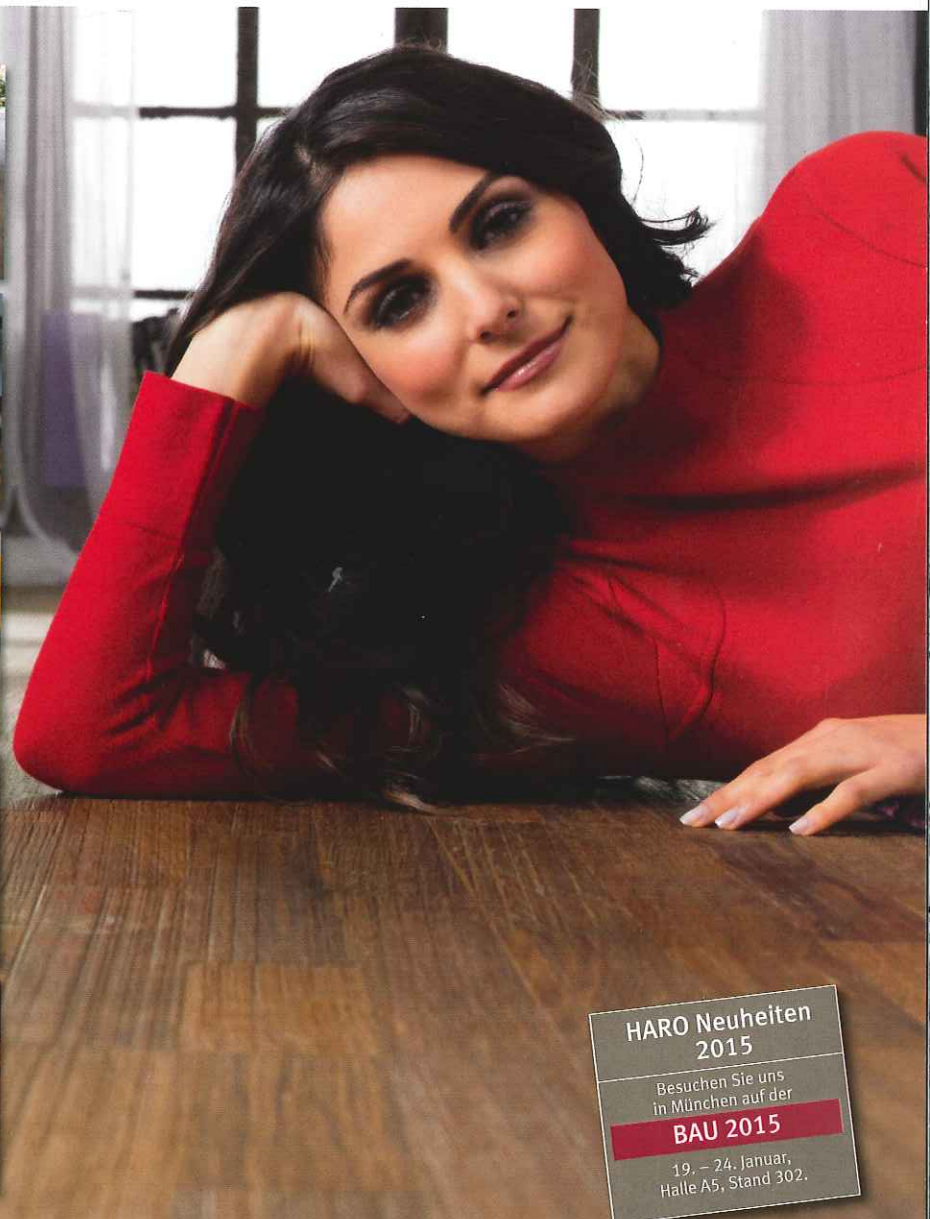
HARO Korkboden



CELENIO by HARO
Der etwas andere Holzboden



DISANO by HARO
Der PVC-freie Designboden



HARO Neuheiten
2015

Besuchen Sie uns
in München auf der

BAU 2015

19. - 24. Januar,
Halle A5, Stand 302.

Schönheit hat viele
Gesichter www.haro.de

HARO
Endlich zuhause

European Buying Cooperation (ebc) Kamingespräche in Luzern

Online-Handel: Wie sich aufstellen?

Der Online-Handel und die daraus resultierenden veränderten Marktstrukturen waren Thema der 3. Kamingespräche, zu denen die ebc führende Lieferanten nach Luzern in die Schweiz eingeladen hatte.

Mit den sogenannten Kamingesprächen hat die ebc, bestehend aus der österreichischen Besko Einkaufsgemeinschaft, der Schweizer netto Einkaufsgruppe und den deutschen Mitgliedern Decor-Union und Wotex, vor vier Jahren eine Veranstaltung ins Leben gerufen, die in der Branche ohne Vergleich ist. Mit dem Ziel, sich gegenseitig offen und ehrlich in ungezwungener Atmosphäre auszutauschen, folgten diesmal Anker, AS, Bauwerk, Findeisen, Forbo, Gerflor, MHZ, Objectflor, Uzin und Vorwerk der ebc-Einladung nach Luzern. Unter dem Motto „Unsere Zukunft gemeinsam gestalten oder: Die Potenziale in einem sich schnell verändernden Markt nutzen“ stand dabei vor allem eine Frage im Vordergrund: Wie beeinflusst in Zukunft das Online-Geschäft die Branche?

Schon jetzt geht in Deutschland jeder zehnte Euro virtuell über den Tresen und Experten prognostizieren weiter zweistellige Wachstumsraten. Seit dem Jahr 2000 hat das Online-Marktvolumen (Konsumgüter B2C) von 1.466 Mio. Euro auf hochgerechnet 42.775 Mio. Euro im Jahr 2014 zugelegt. Das geht aus dem aktuellen Branchenreport Online-Handel des Institutes für Handelsforschung (IFH) in Köln hervor. Demgegenüber lag das Wachstum im Einzelhandel im Zeitraum von 2006 bis 2014 unter einem Prozent. „Wo kein Wachstum ist, dominiert Verdrängung“, machte IHF-Geschäftsführer Boris Hedde der



illustren Kaminrunde in seinem Vortrag quasi zur Einstimmung klar. Seiner Ansicht nach vollzieht sich im Handel ein Strukturwandel weg vom Preis- hin zum Online-Offline-Wettbewerb. Dabei habe, so Hedde, der stationäre Fachhandel bis jetzt noch nicht wirklich verloren. Die Betonung liege aber auf noch. Zu den Verlierern zählten indes schon jetzt Kauf- und Warenhäuser sowie der klassische Versandhandel.

Den Handel schützen?

„Wir können das Internetgeschäft nicht aufhalten, die Frage ist nur, wann es bei uns ankommt“, sagt Michael Abraham von der Uzin Utz AG. Die Gretchenfrage lautet aus seiner Sicht: „Öffnet man diesen Kanal und lässt den Kunden direkt an sich ran oder schützt man lieber den Handel?“ Uzin ist seit gut sechs Monaten mit der Internetplattform BOB online, die allerdings die ganze Wertschöpfungskette mit einbindet. Zielgruppe ist

nicht der Otto Normalverbraucher, sondern der bodenlegende Handwerker.

Für Objectflor-Geschäftsführer Stephan Wolff hat dies durchaus Modellcharakter. Eine Plattform müsse vom Belag über den Klebstoff bis hin zur Logistik und zur Verarbeitung alle Komponenten zusammenbringen. Aktuell sieht man bei Objectflor eine eigene Onlineplattform eher als Informationsquelle, die dem stationären Handel Kunden zuführt.

Was dabei herauskommen kann, wenn Hersteller selber handeln wollen, zeigte jüngst das Beispiel von Parador. Nach gerade mal vier Wochen machte das Coesfelder Unternehmen seinen auf Endverbraucher orientierten Online-Shop dicht, weil der übergangene Handel Druck ausübte und eine Einkaufsgemeinschaft aus dem Holzhandel die Internetoffensive gar mit Auslistung beantwortete.

Wie man den Handel einbindet, zeigt Wotex mit dem Mitglieder-Online-Shop-System raumkult24.de. Ziel ist es dabei, Endkunden

1 Wie beeinflusst die Branche das Online-Geschäft? Erwin Landherr (links) und Stefan Naacke hören die Argumente von Martin Thewes.

2 Netto-Geschäftsführer Joerg Griedler lud diesmal im Namen der ebc zu den Kamingesprächen nach Luzern.

3 Jan Deckmann: Die Wotex betreibt bereits das Mitglieder-Online-Shop-System raumkult24.de.

4 Besko-Geschäftsführer Roland Simmer moderierte das ebc-Kamingespräch.

zur lokalen Warenabholung bei den angeschlossenen Einzelhändlern zu bewegen. Für Vorwerk-Geschäftsführer Johannes Schulte sind gerade Einkaufsgemeinschaften dafür prädestiniert, die Wertschöpfungskette übergreifende Netzwerkplattformen zu organisieren. Es sei höchste Zeit, segmentbezogen den Service zu bündeln und Kompetenz in den Markt zu stellen. Am Ende gehe es aus Verbrauchersicht um Komplexitätsreduktion. Ob solche Plattformen eine Patenlösung darstellen, muss sich zeigen. Für Forbo-Geschäftsführer Martin Thewes