

# Das Komplettbad – Alles aus einer Hand: Ein Geschäftsmodell mit Zukunft

Die Bäder in Deutschland kommen in die Jahre. Der Neubau entwickelt sich verhalten. Das Hauptgeschäft der Sanitärbranche läuft im Bereich Sanierung, Renovierung und Modernisierung (SanReMo). Gleichzeitig beschert eine gestiegene Wertschätzung des Bades der Branche gute Geschäfte. Aber sie könnten noch besser sein – der Schlüssel dazu: das Komplettbad! Wie muss ein Geschäftsmodell dafür aussehen? Was sind die erfolgskritischen Faktoren?

Von der Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) und dem Förderverein (FSI) durchgeführte Befragungen machen deutlich: Das Angebot Komplettbad spiegelt die Kundenwünsche wider. Barrierefreie Lösungen, Ressourcen schonende Sanitärtechnik und der Wunsch nach einem privaten Wellnessbereich zu Hause bilden einen wachsenden Bedarf. Dennoch tut sich das Geschäftsmodell Komplettbad offenbar schwer.

## Eingespielte Arbeitsteilung der Gewerke

Das liegt an der seit Jahrzehnten, und – was das Handwerk angeht – über Jahrhunderte eingespielten Arbeitsteilung der Gewerke. In Deutschland haben sich jeweils eigenständige Vertriebswege fest etabliert. Das schränkt offenbar ein. Denn nur so lässt sich erklären, dass sich zwar 63 % aller

Komplettbad-Renovierer vom Fachhandwerk ein Komplettangebot wünschen, aber nur 21 % eines erhalten. Hier werden Auftragschancen liegengelassen. Dabei führt das Gewerk Sanitär bei der Komplettbad SanReMo zwar eindeutig die Regie, aber immer häufiger tauchen in Nachbargewerken neue Wege zur Komplettbadrenovierung auf.

Diese Entwicklung beschleunigt den Veränderungsprozess. Aber das Komplettbad schließt vertikal mehrere Vertriebsstufen und horizontal mehrere Gewerke ein. Das schafft Komplexität und damit hohe Anforderungen an ein Konzept und Umsetzung für ein erfolversprechendes Geschäftsmodell.

Das Handwerk steht vor schwierigen Aufgaben. Beim SanReMo Komplettbad reihen sich zahlreiche erfolgskritische Faktoren aneinander und sind eng verknüpft:

- Beratung – technisch und ästhetisch (Sanitär, Trockenbau, Elektro, Wand- und Bodenbeläge)
- Planung (Technik, Raumdesign, Visualisierung)
- Abriss (inkl. ‚sauberer‘ Entsorgung) und Beschaffung (gebündelt, ‚just-in-time‘)
- Einbau (Koordination der Gewerke, Bauleitung)
- Festpreis und Gewährleistung (aus einer Hand)

Auch wenn nicht immer alle Gewerke einzeln zum Zuge kommen (es gibt ja Dank der gelockerten Meisterbindung den >Fliesenlegenden Trockenbauer, der auch Deko-Putz anbringt<), spätestens bei der Koordination der Gewerke trennt sich dann die Spreu vom Weizen – vor allem bei >lockeren< Handwerker-Kooperationen. Neben der qualifizierten Beratung und Installation sind eben für betriebswirtschaftliche Aspekte und professionelle Koordination der Folgegewerke auch Badverkäufer

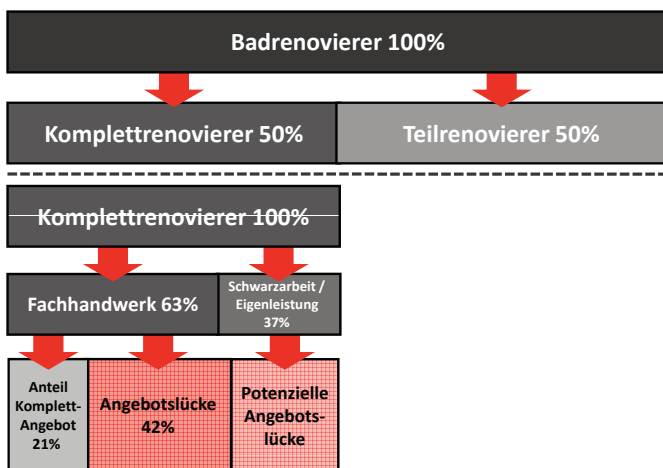


Ökonometrie – Marketing und Vertriebsexpertise – tiefes Branchenwissen im Bau- und Ausbaubereich: Auf Basis dieser Kombination als Alleinstellung hat Berthold Hellmann zusammen mit Dipl. Volkswirt Thomas Ackermann die Beratungsgesellschaft market 1st! gegründet. market 1st! Büros in Bonn und München, ist spezialisiert auf die Themen ‚Marktanalysen‘ und ‚Marktquantifizierung‘ in den Bau- und Ausbaumärkten. Wohnbau und Objekt. Auf dieser Grundlage bietet market 1st! Beratungsleistungen an – Strategieberatung, Fach- und Prozessberatung im Bereich Marketing und Vertrieb. Zahlreiche Projekte in Industrie, Handel und Verbänden im In- und Ausland bilden einen breiten Erfahrungshintergrund.

b.hellmann@market-first.de

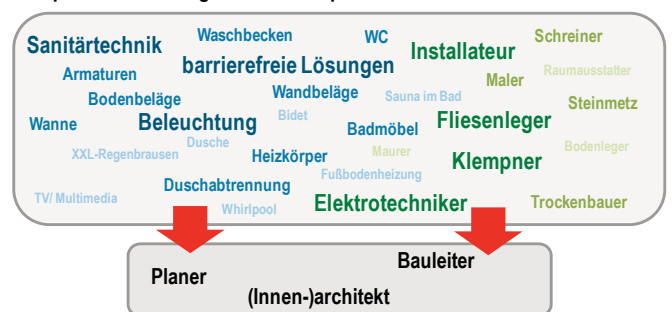
und Badmanager gefragt. Wer hier in Weiterbildung investiert und ein schlüssiges Konzept für das Komplettbad entwickelt, der verschafft sich entscheidende Differenzierungsvorteile und Wachstumschancen. Handel und Handwerk haben so eine bessere Ausgangsbasis bei ihrer Preis- und Margenbildung.

## Von der Erkenntnis zur Umsetzung



## Komplexität – Fluch oder Segen?

### Komplettbad → übergreifende Kompetenz



1. Kundenerwartungen erfüllen in technischer u. ästhetischer Hinsicht
2. Budgetsicherheit und Termintreue
3. Gewährleistung

Grafik: © market 1st!