

Tritt Hager in Konkurrenz zum Handwerk?

SERVICELLEISTUNGEN FÜR ENDKUNDEN GEPLANT Einige Aussagen im aktuellen Geschäftsbericht von Hager haben für eine gewisse Unruhe im Markt gesorgt. So ist dort die Rede von Installations- und Serviceleistungen, die das Unternehmen künftig direkt den Endkunden anbieten will. Was sich dahinter verbirgt – und was nicht – erläutert Vertriebsleiter Torsten Schulz im Interview mit »de«.



Quelle: Hager (alle)

PORTRÄT

Torsten Schulz
Geschäftsführer Marketing und Vertrieb
der Hager Vertriebsgesellschaft

Der aktuelle Geschäftsbericht von Hager (abrufbar unter hagergroup.com/annual-report) widmet sich in weiten Teilen dem Thema Service. Und einige der dort getätigten Aussagen haben es durchaus in sich. So ist dort etwa zu lesen: »Solange zwischen uns und dem Endkunden ein Elektriker stand, trugen wir nicht die direkte Verantwortung. Heute ist es unsere Aufgabe, die Probleme unserer Kunden zu lösen.« Als Beispiel dafür wird ein Angebot genannt, das auf dem französischen Markt bereits gestartet ist: »Einen Rauchmelder, den wir bislang über den dreistufigen Vertrieb angeboten haben, können wir dem Kunden heute direkt und mit einem Fünfjahresvertrag für Dienstleistungen von Hager Services anbieten.«

Dringt das Unternehmen damit in die Geschäftsfelder des Elektrohandwerks vor? Darüber sprachen wir mit *Torsten Schulz*, Geschäftsführer Marketing und Vertrieb der Hager Vertriebsgesellschaft.

»de«: Herr Schulz, Hager will künftig mit eigenen Service-Dienstleistungen unter der eigens geschaffenen Marke »Hager Services« auch direkt auf den Endkunden zugehen.

Was ist der Auslöser für diese Entwicklung?
T. Schulz: Grundsätzlich ist das Thema Service nichts Neues für uns. Seit vielen Jahren bieten wir unseren etablierten Partnern entsprechende Dienstleistungen an, u.a. im Bereich von Weiterbildungen und Trainings oder bei der Unterstützung von Planern.

Neu für uns ist, dass wir künftig auch bestimmte Services für den privaten und gewerblichen Endkunden anbieten wollen. Die Digitalisierung wird uns hier viele neue Möglichkeiten eröffnen, für alle Marktpartner zusätzliches Geschäft zu generieren.

»de«: Spielt das Thema Fachkräftemangel im Handwerk in diesem Zusammenhang eine Rolle?

T. Schulz: In der Tat tun sich viele Handwerksbetriebe schwer, geeignete Mitarbeiter zu finden. Gleichzeitig ist das Handwerk seit Jahren gut ausgelastet, der Auftragsvorlauf beträgt bei vielen Betrieben mehrere Monate. Derzeit spricht vieles dafür, dass dies zumindest mittelfristig so bleiben wird. Denken Sie nur an die Konzepte verschiedener politischer Parteien zur weiteren Förderung des Wohnungsbaus.

Diese hohe Auslastung hat aber auch ihre Schattenseiten. Manch ein (Klein-)Auftrag kann nicht oder nur mit Verzögerung abgearbeitet werden. Wir werden über die geplanten Serviceangebote hier nicht in

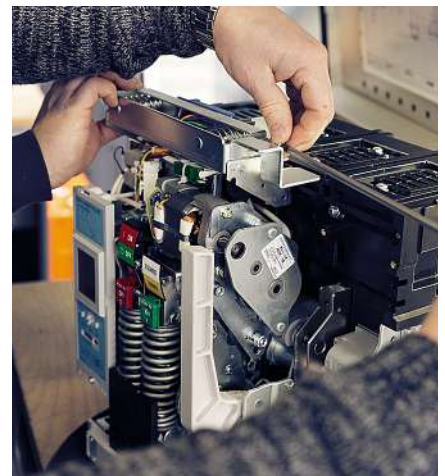


Rauchwarnmelder vertreibt Hager in Frankreich nun auch direkt an den Endkunden

Konkurrenz zum Handwerk treten, sondern Unterstützung leisten, damit das Geschäft im Handwerk bleibt und die Kunden nicht zu branchenfremden Dritten abwandern.

»de«: Welche Services bieten Sie welchen Endkunden an?

T. Schulz: Wir haben hier derzeit vor allem gewerbliche Kunden im Fokus. So haben wir z.B. im Bereich offene Leistungsschalter ein Serviceteam aufgebaut, das sowohl aus eigenen Mitarbeitern als auch aus zertifizierten Schaltanlagenbauern besteht. Bei Leistungsschaltern gilt es im Servicefall schnell zu



Leistungsschalter erfordern im Servicefall eine schnelle Reaktion



Bei den Funkalarmanlagen ist die Aufschaltung auf eine Leitstelle ein für den Kunden optional erhältlicher Service

reagieren, da sonst z.B. eine größere Produktion stillsteht. Solche Serviceeinsätze erfordern einerseits spezielles Know-how und andererseits auch eine umfangreiche Hardware-Ausstattung, die ein »normaler« Handwerksbetrieb oft nicht vorhalten kann.

»de«: Ihr aktueller Geschäftsbericht nennt als ein Beispiel für Services die Installation inkl. Service von Rauchwarnmeldern beim Endkunden direkt durch Hager, also unter Umgehung von Elektrohandwerk und -großhandel. Dieser Service soll laut Geschäftsbericht noch 2017 in Deutschland starten. Das ist aber doch ein klassisches Geschäftsfeld vieler Handwerksbetriebe?

T. Schulz: Das von Ihnen beschriebene Modell testen wir derzeit in Frankreich – dort funktionieren die Märkte aber zum Teil deutlich anders als in Deutschland. Wir planen nicht, diese Geschäftsidee in dieser Form auf Deutschland zu übertragen.

Um es deutlich zu sagen: Unsere Services werden in Deutschland keine eigenen Installationstätigkeiten umfassen, das bleibt Sache des Handwerks. Unter Service verstehen wir zusätzliche – oftmals kleinteilige – Dienstleistungen, die wir dem Kunden anbieten können, etwa im Bereich AAL oder Sicherheit.

Ein Beispiel: Zur Hager-Gruppe gehört u.a. das Unternehmen Atral-Secal, das Funkalarmanlagen unter der Marke Daitem herstellt. Die Installation beim Endkunden wird durch Fachrichter ausgeführt, die häufig ihren Ursprung im Elektrohandwerk haben und vielfach auch weiterhin parallel dort tätig sind. Hier wollen wir für den Kunden die Aufschaltung der Alarmanlagen auf eine von uns betriebene Alarmzentrale anbieten. Das ist für uns ein Zusatzgeschäft und für den Kunden ein Zusatzservice bzw. ein weiteres Argument für unsere Produkte, nimmt aber dem Errichter nichts weg. Selbstverständlich wird er diese Services auch weiterhin über eventuell bereits bestehende Kooperationspartner anbieten können.

»de«: Um es nochmal auf den Punkt zu bringen: Ihr Geschäftsbericht sagt, dass Hager Rauchwarnmelder direkt beim Endkunden vermarkten und installieren will und dass dies noch 2017 in Deutschland kommen soll. Diese Aussage ist so also nicht mehr aktuell?

T. Schulz: Ja, denn diese Aussage bezog sich auf die Einbindung von passenden Rauchwarnmeldern in das Thema Alarmanlagenbereitschaft und Sicherheitsdienste im Rahmen von Hager.Services und der Atral-Secal GmbH. Hier befinden wir uns aktuell im Gespräch mit Betreibern professioneller Dienstleistungsplattformen, mit deren Hilfe wir unsere Angebote im Bereich Sicherheit für unsere Kunden, die Fachrichter, sinnvoll erweitern könnten. Ich halte es jedoch für relativ unwahrscheinlich, dass wir hier noch in diesem Jahr ein konkretes Angebot auf den Markt bringen.

»de«: Sind neue Services auch auf Basis bereits beim Kunden installierter Produkte geplant, z.B. im Bereich Smart Home?

T. Schulz: Das ist durchaus vorstellbar. Die Digitalisierung bzw. das Internet der Dinge werden in Zukunft viele Services erst möglich machen, die heute noch gar nicht vorstellbar sind. Denken Sie etwa an eine Aktivitätsüberwachung von älteren, allein lebenden Personen. Um solche Dienstleistungen wirtschaftlich darstellen zu können, müssen Sie diese zentral anbieten. Das kann ein einzelner Handwerksbetrieb aus meiner Sicht so nicht leisten.

»de«: Herr Schulz, vielen Dank für das Gespräch.



AUTOR
Dipl.-Ing.
Andreas Stöckhuber
Redaktion »de«

WEITERE DETAILS FINDEN SIE AUF

www.finder.de