

schloss+beschlag markt

Neujahrsumfrage

2017

kosi. – Die im *schloss+beschlagmarkt* 1/17 veröffentlichte Neujahrsumfrage im Baubeschlagfachhandel finden Sie hier in ungekürzter Form und mit weiteren Antwortenden.

Wie beurteilen Sie die Aussichten für das Geschäftsjahr 2017?

Die Ammon Unternehmensgruppe geht mit positiven Aussichten in das neue Jahr, auch wenn die Importe aus dem benachbarten Ausland weiter wachsen und die Montagekapazität einen Engpass für unsere Kunden bilden.

Die Absatzvolumina bleiben in etwa gleich, so dass sich in Verbindung mit einer moderaten Preiserhöhung im Durchschnitt der Branche ein Umsatzwachstum von etwa zwei Prozent zu erwarten ist. Allerdings wird es große Unterschiede zwischen den einzelnen Segmenten geben.

Produkte, die mit Sicherheit und Elektronik zu tun haben, werden weiter deutlich gewinnen: elektronische Schließsysteme, Brandschutzprodukte, Energiesparsysteme, etc.

Produkte, die einfach sind, werden verlieren, und zwar zum einen durch weitere Preissenkungen und zum anderen dadurch, dass Industrie und Verarbeitung zunehmend ins Ausland verlagert werden: Fenster- und Möbelherstellung werden nach Osteuropa, Beschlagherstellung nach Fernost verlagert, etc.

Welche Themen werden Ihr Unternehmen jenseits des Tagesgeschäfts am meisten im neuen Jahr beschäftigen?

Die Unterstützung unserer Kunden gegen deren osteuropäische Wettbewerber sowie die Entwicklung im Bereich Online-Handel und die Gestaltung effizienterer Logistikprozesse.

Es wird drei Kernthemen geben:
1. Einführung eines PIM-System und Verbesserung des E-Commerce-Angebots,
2. Verbesserungen im Personalbereich, insbesondere Schulung und Recruiting und
3. die Gründung einer neuen Niederlassung.

Was sehen Sie als dringlichste Herausforderung in der Branche an?

Die Branche tut gut daran, ihre Leistungen für Zulieferer und Kunden besser darzustellen und sich dann auch den Nutzen bezahlen zu lassen, bietet sie doch eine sehr gute Logistik und eine sehr große Versorgungssicherheit.

Die dringlichste Aufgabe des Fachhandels besteht darin, das stationäre Geschäft und das Online-Geschäft zu verknüpfen. Das bedeutet vor allem auch, dass sich Standards hinsichtlich der Daten durchsetzen. Diese Standards müssen Handel, Industrie und Verbände im Schulterschluss entwickeln und umsetzen!



DIETER AMMON
Geschäftsführer Ammon
Beschläge-Handels GmbH



JAN GERD BORGMANN
Geschäftsführer
Baupart GmbH



HANS-ULRICH SACHSE
Geschäftsführer
Baubeschlag-Union

Wie beurteilen Sie die Aussichten für das Geschäftsjahr 2017?

Wir sehen verschiedene Faktoren, die unsere Branche im abgelaufenen Geschäftsjahr geprägt haben und im nächsten Jahr weiter prägen werden. 1. Geld bleibt weiter billig. Daher gehen wir weiter von einer guten Baukonjunktur vor allem im privaten Wohnungsbau und einer konstanten Nachfrage nach Bauleistungen aus. 2. Erhöhung Importanteil. Ein wachsender Teil der Wertschöpfung für den deutschen Bau findet nicht mehr in Deutschland statt. Als Beispiel ist der wachsende Anteil an Fensterelementen aus dem europäischen Ausland zu nennen. Diese Tendenz nimmt aus unserer Sicht weiter zu. 3. Die Fertigung von Produkten im Handwerk nimmt ab. Der Anteil von industriell gefertigten Elementen nimmt sowohl bei Fenstern, als auch bei Türen und Möbeln zu. Ein wachsender Teil des Handwerks wird hier zum Händler und Dienstleister. Insgesamt sehen wir einen wachsenden Markt für Beschläge in 2017, vor allem im Bereich Tür, vom dem die Marktteilnehmer aber unterschiedlich profitieren werden. Die Gesellschafter der B.U. werden auch in 2017 Wachstum generieren, da sie als flexible Mittelständler in der Lage sind, neue Wachstumsfelder zu generieren bzw. zu besetzen. In den Kernproduktbereichen erwarten wir weiter einen harten Preiswettbewerb. Ein gutes Wachstumsumfeld erwarten wir weiter für unsere Exklusivmarke „Topform“. Diese ist beim Handwerk gut etabliert und wird zunehmend nachgefragt.



JENS SCHLAEGER
Vorstandsvorsitzender der EBH

Wir rechnen für 2017 im In- und Ausland mit einem moderaten Wachstum zwischen einem und drei Prozent in allen Warenbereichen.

Welche Themen werden Ihr Unternehmen jenseits des Tagesgeschäfts am meisten im neuen Jahr beschäftigen?

Menschen für unsere Unternehmen zu gewinnen und zu binden ist auf absehbare Zeit eine der größeren Herausforderungen für den mittelständischen Baubeschlagfachhandel. Das trifft in gleicher Weise aber auch auf unsere Kunden im Handwerk zu. Viele Handwerksbetriebe konnten wachsen und mehr Aufträge annehmen, wenn sie entsprechend qualifizierte Mitarbeiter finden wurden. Hier sehe ich die dringlichste Herausforderung für unsere Branche. Auch gilt es, dass Fachwissen unserer Mitarbeiter nicht nur zu erhalten, sondern zu erweitern. Wir kennen von unseren Kunden viel mehr als die Kundennummer und das Bestellverhalten. Mit diesem ganzheitlichen Wissen über die Bedürfnisse unsere Kunden sind wir in der Lage, unseren Teil dafür zu leisten, dass diese weiter erfolgreich sind. Und wenn unsere Kunden erfolgreich sind, sind wir es auch. Dafür benötigen wir Menschen, die nicht nur verkaufen, sondern wie ein guter Freund beraten können.

Als Vertriebskooperation werden wir auch im nächsten Jahr uns mit der Entwicklung von Absatzkonzeptionen für unsere Mitglieder im In- und Ausland beschäftigen. Hierbei stehen auch neue Zielgruppen im Fokus.

Was sehen Sie als dringlichste Herausforderung in der Branche an?

Neben der Gewinnung und Bindung von Fachkräften stellt die Digitalisierung der Prozesse in den Unternehmen eine weitere Herausforderung dar. Hier ist der Mittelstand besonders gefordert seine Hausaufgaben zu machen.

Das Online-Business nimmt auch in unserer Branche rasant Fahrt auf. Dies gilt sowohl für den b2b, als auch für den b2c Bereich. Der Vertrieb der Handelshäuser mutiert in zunehmendem Maße vom klassischen Verkäufer zum IT-Berater. Hier gilt es für den Baubeschlaghandel mit intelligenten Konzepten und Lösungen eine Antwort zu haben.

Wie beurteilen Sie die Aussichten für das Geschäftsjahr 2017?

Die Baukonjunktur wird ihr hohes Niveau halten. In erster Linie hemmt der Engpass bei den verfügbaren Handwerkerern zusätzliches Wachstum. Wir rechnen mit einer Umsatzentwicklung leicht über dem guten Vorjahresniveau – das von den Umsätzen her exzellent gestartet und in der 2. Jahreshälfte deutlich abgeflacht war. Für die Fachhändler in der Branche bleibt es paradox: Trotz des sehr positiven Umfeldes muss mit Blick auf den sehr hohen Wettbewerbsdruck mit weiter sinkenden Margen gerechnet werden.

Die Aussichten für 2017 sind konjunkturell insgesamt positiv. Insbesondere am baunahen Bereich, so dass wir für 2017 zumindest in Deutschland auf jeden Fall auf Wachstum setzen.

Wir starten sehr optimistisch in das neue Jahr und erwarten eine stabile Konjunktur für alle uns betreffenden Branchen. Mit unserer Strategie „Drive Nordwest“ konnten wir 2016 wichtige Meilensteine erreichen und werden den erfolgreichen Weg mit und für unsere Handelspartner auch im kommenden Jahr fortsetzen.

Welche Themen werden Ihr Unternehmen jenseits des Tagesgeschäfts am meisten im neuen Jahr beschäftigen?

Die digitale Vernetzung zwischen Fachhandel und Handwerk ist eines der Top-Themen der Beschlagbranche in 2017. Die Handwerksunternehmen professionalisieren ihre Beschaffungsprozesse. Für den Handel ist das eine große Chance, die Kundenbindung durch passende elektronische Lösungen zu stärken. Wir werden unsere Händler, unter anderem mit „eDC“, bei der Integration von Daten und Systemen bestmöglich und mit Blick auf zukünftige Anforderungen unterstützen.

Wir stellen auf ein neues ERP-System im Laufe des Jahres um. Das wird eine große Herausforderung für alle Mitarbeiter werden. Ansonsten werden wir weiterhin viel Mühe und Energie in den Bereich Human Resources stecken.

Eindeutig die durchgängige Digitalisierung der Geschäftsprozesse. Hier sind wir jetzt schon auf einem guten Weg, den wir 2017 weiter mit einer Task Force ausbauen werden. Ein weiteres wichtiges Thema auch im kommenden Jahr ist die Akquise neuer Handelspartner. Derzeit sind es rund 950, für 2017 peilen wir die Überschreitung der 1 000er Hürde an.

Was sehen Sie als dringlichste Herausforderung in der Branche an?

Es gilt: Ohne Dienstleistung keine Ware! Der Fachhandel muss seine Wertschöpfungstiefe ausbauen, etwa durch Montage-, Inbetriebnahme- oder Wartungsdienstleistungen. Aber auch Mehrwerte schaffen, indem er innovative Gesamtkonzepte in den Top-Branchenthemen – etwa Smart Home oder intelligente Gebäudenutzung und -steuerung – anbietet. Hier haben wir einiges im Köcher.

Die Herausforderung war und ist für uns natürlich unsere Kunden und auch unsere Lieferanten.

Die Branche steht vor verschiedenen Herausforderungen, dazu zählen zum einen die Umsetzung der Digitalisierung und die Optimierung der Supply Chain. Ein weiteres, wichtiges Thema, das die Branche betrifft, sind sicherlich die Konditionsunterschiede zwischen der Industrie, großen und kleinen Fachhändlern. Diese gilt es unbedingt abzubauen.



FRANK BRANDENBURG,
Geschäftsbereichsleiter
Bau beim EDE



MARTIN MEESEBURG
Meeseburg KG



BERNHARD DRESSLER
Vorstandsvorsitzender
Nordwest
Handel AG

Wie beurteilen Sie die Aussichten für das Geschäftsjahr 2017?



CAROLA NÜSSING
Geschäftsführerin
Nüßing GmbH

Wir blicken durchaus positiv in das neue Jahr. Die Baubranche ist nach wie vor gut unterwegs und wir erhoffen uns auch einige Impulse durch neue Aktivitäten.

Die Baukonjunktur wird sich im Jahr 2017 nicht abschwächen. Trotz der günstigen Lage am Kreditmarkt kann man jedoch davon ausgehen, dass Bauen durch die hohe Auslastung der Bauunternehmen und Bauträgern teuer wird. Leider kommt am Beschlagmarkt davon nichts beziehungsweise wenig an. Umsatzsteigerungen und Erträge können nur in den Bereichen die auch Dienstleistungen und erhöhte Fachberatung erfordern generiert werden. Unser Kernsortiment Baubeschläge bleibt im Preisdruck, die Margen stagnieren.



DIETER KRATSCH
Geschäftsführer
Plegge & Bauer Baubeschläge GmbH

Die Aussichten für das kommende Geschäftsjahr beurteile ich positiv. Begründe meine Aussage damit, dass die Auftragslage des Handwerks für die nächsten Monate gut ist. Dieses wird bestätigt durch die Prognosen der verschiedenen Verbände. Immer mehr Handwerksunternehmen setzen auf Komplettlösungen gerade in den Gewerken Sicherheitstechnik uns automatische Türantriebe.



KLAUS SUDMANN
Geschäftsführer Rütü GmbH & co. KG

Welche Themen werden Ihr Unternehmen jenseits des Tagesgeschäfts am meisten im neuen Jahr beschäftigen?

Ein Thema lautet sicher Digitalisierung. Inwiefern können wir das Thema für unser Unternehmen nutzen, beziehungsweise welche Risiken entstehen für uns? Außerdem kämpfen viele unserer Kunden mit den zunehmenden Fensterimporten aus Polen. Wie können wir sie unterstützen, ihr Unternehmen dagegen zu wappnen?

Mitarbeiter und Auszubildende gewinnen und zu binden, bleibt unser wichtigstes Thema. Die Vereinbarkeit der immer größeren Forderung nach Erreichbarkeit und flexibler Belieferung durch unsere Kunden und die Forderung unserer Mitarbeiter nach flexiblen Arbeitszeiten und -modellen gilt es zu schaffen. Weiterbildung und Qualifizierung, sowie die Darstellung als attraktives Unternehmen wird für die Gewinnung neuer Mitarbeiter und Motivation unseres Personals ebenso wichtig.

Wir werden im 2. Quartal des kommenden Jahres unseren Onlineshop freischalten. Des Weiteren werden wir im Bereich Lager und Logistik uns den Marktgegebenheiten anpassen.

Was sehen Sie als dringlichste Herausforderung in der Branche an?

Ganz klar die Frage: Wie behalten wir gegenüber Anbietern wie Amazon Business oder anderen Global-Playern die Nase in unserer Branche vorn?

Die Importe steigen, vor allem der Anteil an industriellen Fertigprodukten im Fenster- und Türbereich. Die PVH-Kunden werden mehr zur Dienstleistung getrieben, da die Rentabilität stark sinkt. Diese Problematik zieht sich durch die ganze Wertschöpfungskette und ein Allheilmittel lässt sich nicht definieren. Es gilt einen Weg zu finden, sich entweder gegen diese Importe durchzusetzen oder den Fokus zu verändern. Die einzelnen Glieder der Wertschöpfungskette müssen näher zusammenrücken um entsprechende Maßnahmen und Lösungen zu finden.

Das Thema „Daten“ halte ich für enorm wichtig. Unsere Branche muss hier einheitlich auftreten. Durch die rasante Entwicklung in allen Bereichen dürfen sich Handel sowie Industrie mit solchen Themen wie zum Beispiel einheitliche Produktdaten überhaupt nicht lange beschäftigen. Logistik, neue Vertriebskanäle (Online-Plattformen) sind Themen, die wir beherrschen müssen.

Wie beurteilen Sie die Aussichten für das Geschäftsjahr 2017?

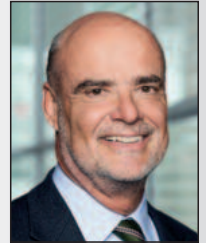
Wir bei VBH blicken vorsichtig optimistisch in das Jahr 2017 im Hinblick auf die Umsatzentwicklung. Im Wesentlichen decken sich unsere Ergebnisse und Erwartungen mit den im November vom VFF veröffentlichten Zahlen. Einzig in der Prognose für 2017 sind wir etwas zurückhaltender. Für das kommende Jahr gehen wir von einem Gesamtwachstum von max. 1,5 Prozent aus, der VFF rechnet mit rund vier Prozent.

Welche Themen werden Ihr Unternehmen jenseits des Tagesgeschäfts am meisten im neuen Jahr beschäftigen?

2017 werden wir uns verstärkt auf Deutschland konzentrieren. Unsere internationalen Gesellschaften liegen derzeit alle im Plan. Selbst in Russland und England arbeiten unsere Landesgesellschaften rentabel, trotz teils massiver Umsatzrückgänge aufgrund der Handelsbeschränkungen und des Brexit. 2017 liegt unser Fokus auf unserem Heimatmarkt. Hier wollen wir unsere Marktführerschaft festigen. Neben verschiedenen Produktneuheiten und verbesserten Kundenservices werden wir den Umbau der VBH Deutschland GmbH weiter vorantreiben und uns auf die neuen Herausforderungen Digitale Transformation und Vertiefung der persönlichen Kontakte einstellen. Das Produktmanagement wird dazu neu aufgestellt und erhält eine tragende Rolle im Vertrieb. Außerdem setzen wir bei VBH Deutschland verstärkt auf kontinuierliche Verbesserungsprozesse in allen Unternehmensbereichen, eine effizientere Organisation und Logistik sowie auf den Ausbau unserer E-Business-Aktivitäten.

Was sehen Sie als dringlichste Herausforderung in der Branche an?

Die Herausforderung heißt Digitalisierung – und zwar ohne dabei den Kontakt und die persönliche Beratung zu vernachlässigen, denn unsere Kunden schätzen unseren Rat als Problemlöser bei kniffligen Aufgaben. Die Digitalisierung ist jedoch längst Realität. Heute ist jeder permanent online, jederzeit und an jedem Ort. Dadurch hat sich das Informationsbedürfnis und Verhalten unserer Kunden ebenso wie ihr Einkaufsverhalten maßgeblich verändert. In der Konsequenz bedeutet das: Geschäftsmodelle, Organisationen und Absatzkanalstrukturen verändern sich und Wertschöpfungsketten erhalten einen höheren Grad an Komplexität. Gleichzeitig erschließen sich für Handel und Industrie jedoch völlig neue Potenziale. Die Voraussetzung für Erfolg ist eine absolute Kundenorientierung. Dieser Herausforderung müssen wir uns mit geeigneten Angeboten stellen und dafür ist es zukünftig erforderlich, neue Wertschöpfungspotentiale und Multichannel-Ansätze zu managen und sich von rein linearen Abläufen zu verabschieden. Und das gilt für Unternehmen in nahezu jeder Branche.



CHRISTOPH SCHILL

Vorstand der VBH Holding AG