

Chancen durch das Internet aus der Sicht des Großhandels

Vom Handelsunternehmen zum Dienstleister

Durch seine 24-Stunden-Verfügbarkeit bietet das Internet Möglichkeiten, die vor allem auch dem Handel nützen können. Egal, ob es um die Bestellung von Büchern, um Versteigerungen, um das Downloaden von Musik- bzw. Filmdateien oder um die Anforderung von Kälte- oder klimatechnischen Komponenten geht, die Möglichkeit der permanenten Verfügbarkeit stößt auf immer größeren Zuspruch. Die KK-Redaktion wollte wissen, welche Chancen der Großhandel im Bereich der Kälte- und Klimatechnik durch das Internet sieht und startete eine in dieser Form bislang einmalige Umfrage.

„Chancen durch das Internet aus der Sicht des Großhandels“, so lautete die einfache Fragestellung, die die KK-Redaktion den bedeutendsten 5 Großhandelsunternehmen im Bereich der Kälte- und Klimatechnik stellte. Eine Frage, die offensichtlich großes Interesse weckte, lag die Anzahl der Antworten bei immerhin 100 %. Diese werden im weiteren Verlauf dieses Beitrags in alphabetischer Reihenfolge der Firmen wiedergegeben und sollen unkommentiert widerspiegeln, welche schnell wachsende Bedeutung das Internet für die Branche mittlerweile eingenommen hat.

A. F.



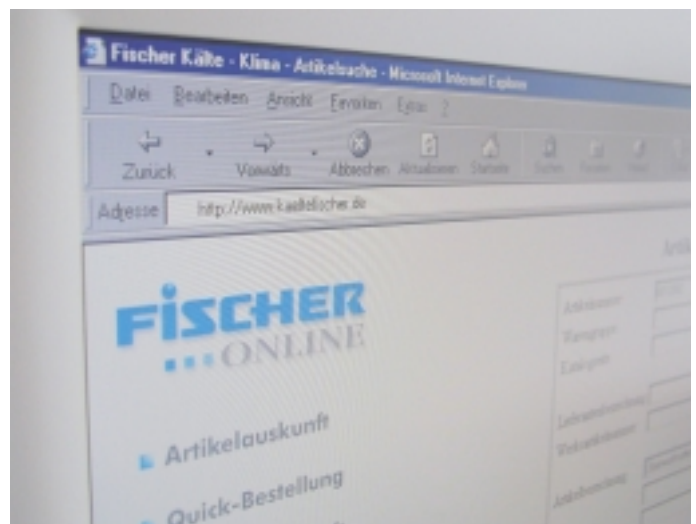
*Veit Scholl, Geschäftsführer
Christof Fischer GmbH, Stuttgart*

„Wir sind mit www.kaeltfischer.de bereits seit 1995 im Internet präsent. Da sich unser Leistungsangebot ausschließlich an bei uns als Kunden registrierte Fachbetriebe richtet, trennen wir strikt zwischen dem öffentlich zugänglichen Bereich unserer Website, der lediglich allgemeine Informationen zum Unternehmen, unseren Produkten und ‚Kälte-Links‘ zu Herstellern, Verbänden und zur IKK enthält und dem für unsere Fachkunden reservierten System Fischer-Online.

Während die allgemein zugänglichen Teile unseres Internetauftritts rein informativen Charakter haben, schafft Fischer-Online für registrierte Fachbetriebe einen echten

Zusatznutzen im täglichen Geschäft. Über Fischer-Online können unsere Kunden 24 Stunden täglich in Echtzeit auf unser System zugreifen, Preise und Lagerverfügbarkeit eines Artikels deutschlandweit prüfen, online bestellen und reservieren – ideal im Servicefall und außerhalb der regulären Öffnungszeiten. Ein weiterer Mehrwert entsteht durch die Möglichkeit, zu jedem Artikel ein Farbfoto, die entsprechende Fischer-Katalogseite mit allen technischen Informationen und Leistungsdaten sowie bei einigen Produkten über einen Link das technische Datenblatt direkt vom Hersteller abrufen zu können.

Für uns war die Einführung von Fischer-Online ein wichtiger Schritt in Richtung mehr Servicequalität und Differenzierung unseres Leistungsspektrums gegenüber anderen Anbietern. Das System wird bereits von vielen Kunden genutzt, wir rechnen auch für die Zukunft mit steigenden Benutzerzahlen und ergänzen das System permanent im Dialog mit unseren Kunden und Lieferanten um neue Funktionalitäten und Möglichkeiten, wie z. B. einen Email-Infoservice.



Auf der Beschaffungsseite spielt das Internet in der Abwicklung mit unseren Lieferanten momentan noch eine eher untergeordnete Rolle, die Websites unserer großen Vorlieferanten werden jedoch von unseren Mitarbeitern für technische Auskünfte häufig genutzt.“



Volker Schütz, Abteilung Marketing der Frigotechnik Handels-GmbH, Hamburg

„Es gibt kaum eine technische Entwicklung, die die Welt in derart kurzer Zeit so stark verändert hat, wie das Internet. Es existiert in seiner derzeitigen Form noch keine 10 Jahre, hat aber fast alle Bereiche des Lebens – und somit auch der Geschäftswelt – beeinflusst.

Informationen stehen blitzschnell und weltweit zur Verfügung. Der Informationsaustausch der Firmen untereinander, aber auch der Unternehmen zu Kunden, vollzieht sich deutlich schneller. Es ist daher nur eine logische Folge, daß diese neue Technik so schnell auf Akzeptanz gestoßen ist. Auch wenn der Nutzungsgrad stark branchenspezifische Unterschiede aufweist – als Vorreiter erweisen sich die Dienstleister – Handel und Handwerk verhalten sich eher abwartend, so werden die offenen Standards des Internets die informationstechnische Vernetzung vieler Unternehmen unserer Branche erleichtern und somit auch die damit verbundene alltägliche Nutzung beschleunigen.

Auch wenn das Internet bisher nur für einen geringen Teil unserer angestammten Kundschaft eine Rolle spielt, so wird der Umgang mit diesem Medium aus unserer Sicht binnen weniger Jahre zur Selbstverständlichkeit werden.

Derzeit beschränkt sich der Einsatz des Internets noch auf einfache Anwendungen. Die gebräuchlichsten Einsatzfelder sind E-Mail und Informationsbeschaffung. Doch ist die eigene Homepage (www.Frigotechnik.de) mittlerweile, wenn es um die Planung von verkaufsfördernden Maßnahmen geht, eine feste Größe geworden. Nach wie vor ist der gedruckte Artikelkatalog das Hauptinformationsmedium für unsere Kunden. Jedoch werden schrittweise diese detaillierten Produktinformationen parallel im Internet hinterlegt. Diese Vorgehensweise ist bei bedeutenden Komponentenherstellern ebenfalls erkennbar.

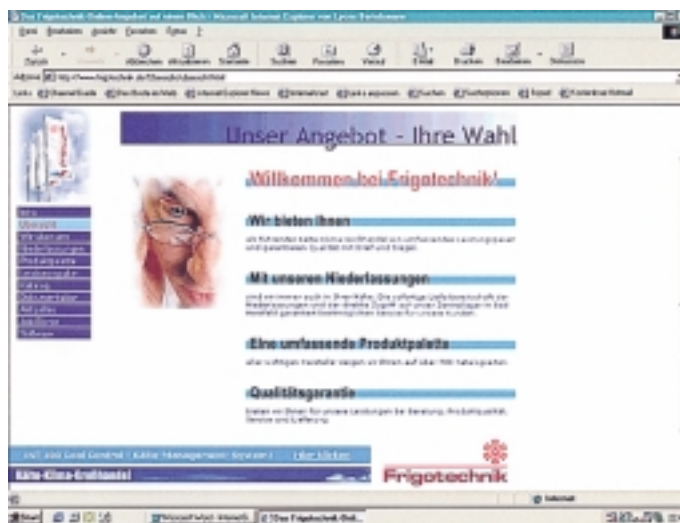
Durch die steigenden Informationsbedürfnisse unserer Kunden, mit dem Anspruch, zu jeder Zeit und an jedem Ort die aktuellsten Informationen abzurufen, wird sich vieles als Datenquelle in Richtung Internet verlagern. Ein schneller Zugriff auf kommerzielle Daten, einfache Abwicklungen von Routinebestellungen, mannigfaltige technische Informationen, all diese Abläufe sind über das Internet gestaltbar. Nur wer hier mittelfristig ein geeignetes System anbietet, wird den Ansprüchen des Tagesgeschäfts gerecht werden können. Jedoch darf bei aller Euphorie nicht vergessen werden, daß der persönliche Kontakt nach wie vor in vielerlei Hinsicht weiterhin eine bedeutende Rolle einnehmen wird. Komplexe Projektgeschäfte sind nur dann vernünftig und effizient abzuwickeln, wenn sich Kunde und Lieferant an einen Tisch setzen, um im persönlichen Gespräch die umfangreichen und individuellen Anlagenlösungen gemeinsam zu erarbeiten.

Jedoch müssen wir uns darüber im klaren sein, daß sich schrittweise die gewohnten Geschäftsabläufe im Großhandel verändern werden und die klassische Auftragsabwicklung durch das Internet einen anderen Rahmen erhalten wird.

Der vorhandene Wettbewerb im In- und Ausland zwingt den Fachgroßhandel, die Qualität von Produkten und Dienstleistungen ständig zu verbessern, ohne

dabei den stetigen Kostendruck aus den Augen zu verlieren. Dieses Ziel ist nur zu erreichen, wenn u. a. eine erfolgreiche E-Business-Strategie vorhanden ist, die der angestrebten Zielgruppe einen Mehrwert bietet und es gelingt, sich von der Konkurrenz abzusetzen.

Investitionen in klassische Marketinginstrumente waren und sind wichtig, aber heute nicht mehr allein ausschlaggebend für einen anhaltenden Geschäftserfolg des Kältefachgroßhandels.“



Thomas Millbrodt, Geschäftsführer Reiss Kälte-Klima GmbH & Co. KG, Offenbach

„Schnelligkeit und Aktualität, Erreichbarkeit an jedem Ort und zu jeder Zeit, Universalität der Information sowie Automatisierung von Abläufen sind die großen Vorteile des Internets, die jedoch leider heute von vielen noch nicht erkannt bzw. umgesetzt sind, so daß das Internet vielfach lediglich als einfaches Werbemedium genutzt wird, ohne die tatsächlichen Vorteile bzw. die Möglichkeiten des Internets zu integrieren.

Der Einsatz des Internets erfolgt heute auch von vielen unter der Prämisse der Kosten, das heißt, schriftliche und mündliche Informationen unter Hinweis aufs Internet zu sparen. Dieser Ansatz ist jedoch falsch, da das Internet eine Ergänzung und nicht ein Ersatz für vorhandene Kommunikationskanäle ist. Das Internet ist und wird in Zukunft verstärkt ein wei-

teres Standbein in der Kommunikation zwischen den einzelnen Vertriebsstufen neben Telefon, Telefax und dem persönlichen Gespräch sein. Die Hersteller müssen sich dabei auf die Bereitstellung von technischen Informationen und Dokumentationen konzentrieren, die Großhändler werden diese vorhandenen Informationen bündeln und den Anlagenbauern in konzentrierter Form zur Verfügung stellen und diese werden hieraus die Informationen ziehen, die sie für ihre Information des Endkunden benötigen.

Für uns ist das Internet bereits heute die einzige Möglichkeit, um einen direkten, geschützten und schnellen Kommunikationskanal zwischen Hersteller, Großhändler und Anlagenbauer zu schaffen.

Unter diesen Voraussetzungen haben wir zur IKK '99 als erster Kälte-Großhändler in Europa ein interaktives Online-System auf der Basis des Internets präsentiert, das es unseren Kunden (Paßwort geschützt) ermöglicht, in Echtzeit rund um die Uhr Artikel auszuwählen, Preise und Verfügbarkeit der Artikel anzeigen zu lassen, Bestellungen auszuführen und sofort eine Auftragsbestätigung zu erhalten, sich über die vorhandenen Auftragsbestände zu informieren und technische Informationen zum Artikel zu erhalten (gegenwärtig ca. 2 Gigabyte). Wichtig war uns dabei auch die direkte Integration der Hersteller (realisiert mit der Firma Copeland) und der beim Kunden vorhandenen Handwerker-Software (realisiert mit dem Programm ‚Taifun‘ der Firma MSE).

Unser Kunde hat damit die Möglichkeit, ohne die umständliche Suche im Internet auf viele für ihn notwendigen Kälte-Informationen zuzugreifen.

Diesen Bereich gilt es weiter auszubauen, um das Potential des Internets zu nutzen.“



Dr. Daniela Ohmer, Geschäftsführerin bei Schick + Co., Stuttgart

„Vorab ist zu sagen, daß wir uns längst von der Funktion eines reinen Handelsunternehmens entfernt haben. Wir sind auf dem Weg zum Dienstleister. Es muß wesentlich mehr an Beratung, Unterstützung und an Service geboten werden, um als Unternehmen am Markt Bedeutung zu haben. Dabei gilt es aber zu beachten, daß wir nicht in die Fixkostenfalle treten.

Die Kunden verlangen das Maximum an Geschwindigkeit und Flexibilität. Ohne die technische Entwicklung der Kommunikations- und Informationstechnologie wäre es heute gar nicht mehr möglich, den Ansprüchen gerecht zu werden.



Das Internet mit seinen vielen Möglichkeiten gehört dazu. Sinnvoll genutzt bietet es den Partnern ungeahnte Wege eines Miteinanders, schafft Büro- und Geschäftszeiten ab, macht Produktauswahl und Preisvergleiche zu jeder Zeit möglich. Eine

Auftragsvergabe selbst mit kurzfristigen Terminvorgaben ist darstellbar, Laufzeiten und momentane Standorte der bestellten Waren können überwacht werden, der Einsatz von Personal und Fahrzeugen läßt sich besser planen.

Unser Haus geht jeden Weg mit, der unseren Kunden Arbeit abnimmt, der unsere Mitarbeiter aussagefähiger macht und der Zusammenarbeit zu unseren Lieferanten die gute Basis sichert.

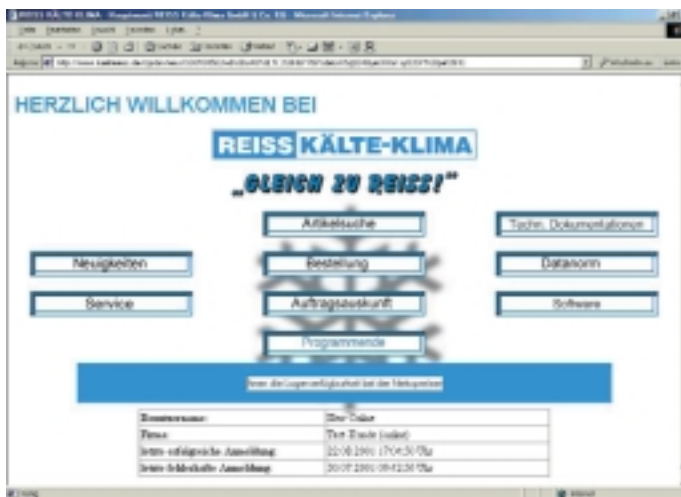
Noch können wir nicht alle unsere Planungen und Visionen im Netz präsentieren, aber wir sind dabei unsere Vorstellungen zu realisieren.“



Eckhart Müller, Geschäftsführer der Robert Schiessl GmbH, Oberhaching

„Internet aus heutiger Sicht ist Kommunikationsplattform zwischen dem Großhandel, seinen Kunden, seinen Lieferanten und anderen Geschäftspartnern. Die Vorzüge des Internet im Vergleich zu anderen Kommunikationswegen sind:

- Aktualität,
- Schnelligkeit der Übertragung,
- Flexibilität in der Handhabung sowie
- Kostenvorteile.



Die weltweite Erreichbarkeit spielt dabei eine untergeordnete Rolle, ist aber für das Haus Schiessl, das sich seit Jahrzehnten in der Beschaffung wie im Verkauf international orientiert hat, ein interessanter Aspekt.

Neben der Möglichkeit, das Unternehmen einer interessierten Öffentlichkeit darzustellen, bereiten wir Informationen auf, von denen wir annehmen, daß sie für unsere Kunden von Interesse sind. Wir informieren über Serviceleistungen, aktuelle technische Informationen, Veranstaltungen, unsere Produktpalette, insbesondere neue Produkte, Preislisten und Konditionen, Stellenangebote, technische Dokumentationen einschließlich der ‚Links‘ zu unseren Herstellern, Sonderverkäufe und last but not least die Möglichkeit des 24 Stunden online Bestellservice mit unserem ‚Dialog 24‘.



Internet heute hilft uns, diverse Geschäftsvorgänge effizienter zu gestalten. Wir sind derzeit in einem Zwischenstadium, weil die althergebrachten ‚Datenträger‘, wie gedruckte Preislisten, Kataloge und Bestellungen, etc. noch gewünscht werden. Der Trend geht aber zweifellos in Richtung papierarmes Büro – je eher desto besser. Das Internet bietet uns hierzu die Möglichkeiten.

Was wir nicht vom Internet/E-Commerce erwarten, ist eine drastische Vergrößerung des Kundenkreises bzw. der Regionen, in denen wir tätig sein werden. Dazu ist unsere Branche nicht geeignet. Das Geschäft des kälte-/klimatechnischen Großhandels geht einher mit physischer Auslieferung bzw. Abholung von Komponenten aller Art, von technischer Beratung unserer Kunden und persönlichen Kontakten auf der Schiene Hersteller/Großhandel/Handwerk.“ □