Die Baumärkte und die DIY-Bewegung

Entwicklung, Konsequenzen, Zukunftschancen

Dr. Hans-B. Klein

Zu diesem Thema referierte Dr. Klein, Geschäftsführer des Fachverband Baden-Württemberg, anlässlich des Walter-Bucerius-Seminar 1985. Dr. Klein selbst bezeichnete seine Ausführungen insgesamt als bewusst überspitzt, um auf die existenzbedrohende Problematik aufmerksam zu machen. Er sagte ausdrücklich, daß seine Ausführungen insgesamt keinesfalls als offizielle Auffassung der Berufsorganisation angesehen werden dürften, obwohl von einem Vertreter der Berufsorganisation vorgetragen.

Derzeitige wirtschaftliche Rahmenbedingungen der SHK-Betriebe

Der Auftragseingang bzw. Auftragsbestand im Bauhauptgewerbe lag nach der Oktoberauswertung des Statistischen Bundesamtes im 3. Quartal 1984 bundesweit um rund 6% - dabei im Hochbau um rund 16% und im Wohnungsbau sogar um rund 25% - unter den ohnehin nicht berauschenden Vergleichswerten des Vorjahresquartals. Diese Zahlen dokumentieren exemplarisch in erschreckendem Maße wie düster die nahe Zukunft für viele Betriebe der SHK-Branche sein wird, zumal zusätzlich staatliche Förderprogramme weitgehend ausgelaufen sind und mit hoher Wahrscheinlichkeit nicht mehr neu aufgelegt werden.

Dieser drastische Beschäftigungsrückgang für die SHK-Branche wird von einer weiteren negativen Entwicklung überlagert, nämlich einer im stillen prosperierenden Schattenwirtschaft.

Die gesamte Problematik der Schattenwirtschaft - Schwarzarbeit, Nachbarschaftshilfe, Do-it-yourself - ist vom Grundsatz her gesehen als gesamtgesellschaftspolitisches Problem zu behandeln, was insbesondere dadurch bewiesen wird, daß die Schwarzarbeit zwar noch nicht als legalisiert anzusehen ist, jedoch aus der Sicht des Normalbürgers höchstens als Kavaliersdelikt eingeschätzt wird. So wurde von der Forschungsstelle für empirische Sozialökonomik 1984 ermittelt, daß die meisten der Befragten die Schwarzarbeit nicht als verurteilenswert ansehen würden; Schwarzarbeit wird in etwa auf die gleiche Stufe gestellt wie „einer Versicherung einen höheren Schaden melden als er in Wirklichkeit entstanden ist“. Vor

die Alternative gestellt, würden mehr Personen Schwarzarbeit zulassen als verbieten.

Es wäre illusionär anzunehmen, daß mit Einzelaktionen - auch gezielten Aktionen einzelner Branchen - dieses Gesellschaftsproblem gelöst werden könnte; dies könnte allenfalls durch politische Entscheidungen auf höchster Ebene geschehen - doch hieran bestehen sicherlich große Zweifel.

Zukunftsaussichten der SHK-Handwerke

Wir werden uns mittel- bis langfristig mit einem relativ gesättigten Wohnungsmarkt auseinandersetzen haben, der beispielsweise durch Faktoren wie Altersstruktur des Gebäudebestandes, abnehmende Bevölkerungszahl und weitgehende Einschränkungen des sozialen Wohnungsbaus erklärt werden kann.

Die neue IFO-Untersuchung „Bauvoraus schätzung 1984 bis 1994“ geht im Untersuchungsteil „Langfristige Vorausschätzung“ davon aus, daß sich der Wohnungsbau bei einer Trendwachstumsrate von knapp 0,5% in den nächsten 10 Jahren relativ bescheiden ausweiten wird. Von dieser ungünstigen Entwicklung im Wohnungsbausektor dürften sich mit hoher Wahrscheinlichkeit aufgrund des noch vorhandenen Rationalisierungspotentials die Fertighaushersteller abkoppeln können, was nicht gerade zum Vorteil für die SHK-Branche ist. Hier aber bieten sich speziell Marktchancen für das KL-Handwerk durch verstärkte gemeinsame Aktivitäten mit Fertighausherstellern.

Im Gegensatz zum Mehrfamilienhausbereich wird der Einfamilienhausbereich zwar noch einigermaßen passabel verlau-

fen, was allerdings eher den Baustoffhandel erfreuen dürfte als unsere Betriebe, denn der Anteil der sog. Eigenleistungen - dies entspricht Verzicht auf Fremdleistungen - ist im Einfamilienhaussektor bereits heute schon extrem hoch bei gleichzeitiger Tendenz einer weiteren Zunahme.

Aufgrund der sich abzeichnenden bestenfalls „relativen Beruhigung“ im Bausektor müssen unter sonst gleichen Bedingungen für die SHK-Branche gewisse Überkapazitäten festgestellt werden, wobei diese nach Gewerken sowie Betriebsgrößen deutliche Unterschiede aufweisen dürften. Sicherlich ist diese Problematik für das KL-Handwerk, relativ gesehen, momentan als zweitrangig einzustufen, sie darf jedoch keinesfalls ignoriert werden. Überkapazitäten in der SHK-Branche insgesamt sind auf jeden Fall in der nahen Zukunft vorhanden, denn das Sanierungs- und Modernisierungsvolumen reichen alleine nicht für alle Betriebe aus.

Die weiteren Ausführungen befassen sich schwerpunktmäßig mit dem Komplex des DIY im gesamten Bereich des Sanitär- und Heizungssektors, d.h. auf spezifische Probleme des Kachelofen- und Luftheizungsbaueinzelhandwerks wird gewissermaßen nur ergänzend eingegangen.

Daten zum Do-it-yourself-Markt

Wer will heute noch ernsthaft die Auffassung vertreten, daß die Aktivitäten der Selbsteinbauer und Heimwerker die SHK-Branche nur am Rande tangieren, gewissermaßen zahlenmäßig hinter dem Komma? Die Realität spricht deutlich

andere Worte, für manchen bereits sehr schmerzhaft: 1978 gab es 435 Bau- und Heimwerkermärkte, 1984 ca. 1200. Die Anzahl hat sich also innerhalb von sieben Jahren fast verdreifacht.

1978 betrug der Umsatz im DIY-Bereich 1,3 Milliarden DM, 1985 wird der Umsatz ca. 2,3 Milliarden DM betragen. Dies entspricht einer realen jährlichen Steigerung um ca. 7%.

Die Rezession hat somit diesen zwar noch nicht alten, aber doch bereits seit Jahren etablierten Wirtschaftszweig ausgespart.

Heute werden ca. 10% des Sanitärumsatzes von Hobbywerkern gemacht. Die Experten schätzen derzeit die Marktanteile im DIY-Bereich bei einzelnen Sanitärproduktgruppen schon mit 20 bis 50% ein.

Im Heizungssektor sieht es noch etwas harmloser aus, denn von den 10% der Heizungsmaterialien, die ohne über das Handwerk zum Endverbraucher gelangen, dürften ca. 5% derzeit über Baumärkte abgewickelt werden.

Fest steht, auch der Kachelofen ist von der DIY-Welle erfaßt, sei es in Kaminstudios, Ofenstudios, Baumarkt-Abteilungen und dgl. Einige Anhaltspunkte:

- 1984 sollen ca. 55 000 Kachelöfen individuell gesetzt worden sein

- im selben Jahr wurden ca. 25 000 vorgefertigte Kachelöfen (Bausätze usw.) sowie ebenfalls ca. 25 000 gekachelte Öfen verkauft.

Offene Kamine findet man heute bereits nicht nur fast bei jedem kleineren Baustoffhändler, sondern quasi im Versandhandel, angekündigt in den einschlägigen Wohn- und Bausparzeitschriften und dgl. Ähnliches gilt für Kaminöfen.

Die geradezu phantastischen Wachstumsraten im DIY-Bereich dürften derzeit nur von einer Branche übertroffen werden: Nämlich von den Verlagen, die Fachbücher zum Selbsteinbau von Produkten herausbringen, übrigens auch für Kachelöfen.

Warum werden die Baumärkte größer? Ganz einfach: es gibt einen Markt, der im Trend liegt.

Gründe für DIY

Die DIY-Bewegung ist zur Massenbewegung geworden. Die Gründe hierfür sind ebenso vielschichtig wie nicht eindeutig erfaßbar. Es ist fast eine neue Lebens- bzw. Freizeitphilosophie, die sich in und um die Baumärkte abspielt.

Ob der Heimwerker sich überwiegend aus wirtschaftlichen Gründen - d.h. um

Kosten einzusparen - der DIY-Bewegung angeschlossen hat, oder ob er den Lockrufen einschlägiger Hersteller und Händler gefolgt ist bzw. sich als in jeder Beziehung aufgeklärter Verbraucher fühlt - diese Frage ist aus der Sicht der Betriebe so unwichtig wie der Streit, ob das Huhn oder das Ei zuerst da war. Fest steht vor allem, daß es für einen Normalverdiener immer kostspieliger wird, sich eine qualifizierte Handwerkerstunde zu leisten:

- 1960 konnten sich noch drei Viertel aller Haushalte für das Brutto-Einkommen von zwei Arbeitsstunden eine Handwerkerstunde im Ausbauhandwerk leisten.

- 1980 waren es nur noch ca. 50%

- In diesem Jahr werden es noch knapp 40% sein

- Und wenn die Entwicklung so weitergeht, sind es 1990 nur noch 27%.

Die Steuerprogression zwingt den Bürger geradezu zu Selbsthilfemaßnahmen. Ohne Selbsthilfe kann die untere und mittlere Einkommensschicht aufgrund der Belastung mit Steuern, Sozialabgaben und dergleichen kaum mehr bauen. Schon gegenwärtig wird mehr als jedes zweite Eigenheim mit einer „Muskelhypothek“ von 50 000 DM und mehr erstellt. Hier sind gesamtwirtschaftliche Dimensionen erreicht, die noch vor Jahren unvorstellbar waren.

Ein SHK-Geselle müßte - wenn er quasi seine eigene Arbeitsleistung als Verbraucher nachfragt - rund vier Stunden arbeiten, um wiederum eine einzige Stunde seiner eigenen Arbeitsleistung bezahlen zu können.

Warum betätigt man sich in seiner Freizeit als DIYer? Hier sollen nur einige Gründe genannt werden:

- Individuelle Terminplanung

- Einsatz von Familienmitgliedern

- Es wird sorgfältiger gearbeitet als der Handwerker

- Selbermachen macht ganz einfach Spaß (im übrigen am meisten genannt bei Umfragen).

Diese sozial-emotionalen Beweggründe wie „Freude am Selbermachen“ oder „Ganz einfach etwas dazulernen“ stehen bei einer Bewertung rein ökonomischen Motiven wie z.B. „Handwerker sind zu teuer“ kaum oder nicht nach.

Der Urvater der Heimwerker, Schiller's Wilhelm Tell, hat heute Millionen von Nachfahren, die nicht nur mit der Axt im Haus den Zimmermann ersparen. Sieben von zehn Bauherren reduzieren durch die Muskelhypothek den Kreditbedarf beim Eigenheimbau, von den Bausparkassen gerngesehen propagiert.

So geht einen ganz neuen Weg die Bausparkasse BHW, die eine „BHW-Bausparer- und Heimwerker-Fernakademie“ eingerichtet hat. Dort können Lehrgänge in Broschürenform bzw. mit Videokassetten angefordert werden. Die Teilnehmer an einem solchen kostenlosen Lehrgang müssen einen „Fragebogen zur Auswertung des Lehrganges“ einschicken, der vom Teilnehmer selbst benotet wird. Der Einsender des Fragebogens erhält dann vom Institut für Spiel- und Freizeitforschung in Münster ein „Zertifikat“, das Kenntnisse auf dem betreffenden DIY-Gebiet bestätigt. Ein zweiter Schritt ist dann nur noch die Einsendung dieses Zertifikats an die Bausparkasse, um durch diesen Nachweis einer Muskelhypothek den Finanzierungsspielraum zu erhöhen.

Bleiben wir bei den Bausparkassen: In deren Zeitschriften für ihre Bausparer wird immer intensiver dem Selbsteinbaugedanken gehuldigt. Die Montage einer Zentralheizungsanlage wird fast auf die gleiche Ebene gestellt wie die Erstellung eines Jägerzauns.

Der Trend zum DIY hat in der Zwischenzeit auch unsere Großstädte erreicht.

Dem aufgeklärten und wie er selbst meint anspruchsvollen und preisbewußten Kunden bietet sich vielerlei Hilfestellung an:

- In VHS-Kursen werden ihm alle Kenntnisse im Sanitär-Sektor bis hin zur Planung und Montage von Rohrleitungssystemen vermittelt. Den Selbsteinbaukurs für Kachelöfen einer Volkshochschule in Baden-Württemberg konnte der Fachverband SHK Baden-Württemberg nur mit großer Mühe zu Fall bringen.

- Die Standardrubriken in Zeitschriften wie Kochrezepte, Trost und Rat, Benimmregeln sind erweitert um den „Tip zum Selbsteinbau“; ganze Zeitschriften werben um die Gunst des Hobbywerkers. Dabei arbeiten solche Zeitschriften zum Teil mit einschlägigen Anbietern von Selbsteinbausystemen zusammen. So wurde beispielsweise der Leser der Zeitschrift „Selbermachen“ vor kurzem im redaktionellen Teil mit dem Hinweis ermuntert: „Auch ohne Fachkenntnis im Heizungsbau können Sie sich eine solche Sanierungsarbeit zutrauen, wenn Sie mit einer der Spezialfirmen zusammenarbeiten, die Heizungsanlagen für die Selbstmontage anbieten“.

- Die bekannte Verbraucherzeitschrift „DM“ hat im Herbst 1984 eine Tabelle gebracht „Was Sie beim Hausbauen alles selbermachen können“, wobei unterteilt

wurde in: Das kann jedermann, handwerklich begabter Laie, nur Fachhandwerker, Abnahme erforderlich, Architekten einschalten, erhöhte Unfallgefahr. Mit diesem Selbsteinbau-Katalog wurde bereits bei Sanitär-Anlagen, Warmwasserversorgung und Heizung dem handwerklich begabten Laien quasi ein Freibrief erteilt.

- Derzeit (Stand Februar 1984) wird auf der ständigen Fertighausausstellung in Fellbach bei Stuttgart ein Musterhaus erstellt, bei dem in einzelnen Abschnitten dem Heimwerker für alle Gewerke des Bau- und Ausbaubereichs demonstriert werden soll, welche Möglichkeiten des DIY derzeit bestehen. Dazu kommen Heimwerker-Schulungsraum und Heimwerker-Werkstatt.

Otto Normalverbraucher schickt sich heute an, bis hin zu gefährlichen Arbeiten alles selbst in Angriff zu nehmen, und zwar auch Arbeiten, die er zum Teil vor Jahren als unter seiner Würde stehend - da mit Staub und Schmutz verbunden - abgelehnt hat. Es ist wirklich verwunderlich, daß viele glauben, auf den verschiedensten Gebieten quasi „Universal-Genies“ und Allround-Handwerker zu sein, nachdem die Menschheit tausende von Jahren gebraucht hat, um die Vorteile einer arbeitsteiligen Wirtschaft zu erkennen und schätzen zu lernen.

Zukünftige Marktentwicklung des DIY-Sektors

Die genannten Gründe für den Boom im Selbsteinbausektor werden in der Zukunft erst recht gelten. Das Institut für Freizeitwirtschaft in München prognostiziert bis zum Jahr 1990 einen realen Umsatzzuwachs von 27% im DIY-Bereich; dies würde ein doppelt so rasches Wachstum wie im privaten Konsum insgesamt bedeuten.

Jede Art der Arbeitszeitverkürzung wird zwangsläufig aus bekannten Gründen dem DIY-Bereich zugute kommen. Bei der Arbeitszeitverkürzung sollte nicht alleine an die Reduzierung der wöchentlichen Arbeitszeit gedacht werden - Stichwort: 35-Stunden-Woche -, sondern auch an die nunmehr gesetzlich gestützte Vorruhestandsregelung. Denn wieviele Vorruhestandler werden ihren Lebensstandard durch zusätzliche schwarze Arbeit aufbessern oder heimwerken?

Selbermachen wird auch von der Öffentlichen Hand unterstützt. So kommt eine Anregung für einen Aktiv-Urlaub aus dem Rathaus der Stadt Bietigheim

und von der Bietigheimer Wohnbau, wo die griffige Formel „durch Selbsthilfe zum eigenen Haus“ entwickelt worden ist. Mit einem Modell soll erreicht werden, daß Bevölkerungsgruppen, die sich angesichts der ständig steigenden Bau- und Grundstückspreise das eigene Heim normalerweise nicht leisten können, durch Eigenleistung und Nachbarschaftshilfe die Baukosten und damit die monatlichen Belastungen reduzieren.

Auch von Architektenseite wird der DIY-Gedanke unterstützt. In der gegenwärtigen Wohnungsbausituation ganz klar: als Architekt lieber das Honorar für ein Billig- und Primitivhaus als überhaupt keines. So wird beispielsweise von der Baden-Württembergischen Architektenkammer am Rande einer 1984 von der Stuttgarter Fachhochschule für Technik unter dem Motto „Mut zum Bauen“ durchgeführte Ausstellung erklärt, daß die Architekten dadurch weitere Einsparungen sehen, daß dem Bauherrn ein ausbaufähiges Haus übergeben werden soll, in dem er selbst nach eigenen Wünschen und Fähigkeiten weitermachen kann. Nur am Rande sei angemerkt, daß bei der eben erwähnten Ausstellung die Architekten nach dem Motto „Bauen soll erschwinglich werden“ vorschlagen, daß eine Zentralheizung ohne Komforteinbußen dem Rotstift zum Opfer fallen kann, indem statt dessen ein Kachelofen vorgeschlagen wird, der im Moment ohnehin eine Renaissance im Wohnungsbau feiern würde. Ob dieser Tip langfristig verbraucherfreundlich ist, kann bezweifelt werden.

Zur quantitativen Betrachtungsweise der Thematik sei erwähnt, daß verschiedene Untersuchungen belegen, daß bereits heute der Hobbywerker durchschnittlich 150 Stunden pro Jahr in Eigenleistung Handwerksarbeiten durchführt.

Versandhändler von kompletten Zentralheizungsanlagen treffen Werbeaussagen, die oftmals nicht die Zustimmung der Fachexperten finden können, gegenüber dem Verbraucher jedoch äußerst werbewirksam wirken. Geworben wird mit:

- „Eine Zentralheizung selbst montieren ist ein Kinderspiel: Sie stellen den Kessel in den Keller, dübeln die Flachheizkörper an die Wand und verbinden beides durch dünne biegsame Rohre. Das ist eigentlich alles.“ Zusätzlich wird ein individueller Montageplan mitgeliefert, eine Wärmebedarfsberechnung erstellt sowie bei der Erstellung der Bauanträge Hilfe geleistet. - Im „Angebot des Monats“ werden moderne Systembausätze für Eigenleistung

ohne heiztechnische Vorkenntnisse vorgestellt. Dabei wird eine Lohnkosteneinsparung in beliebiger Höhe durch freie Wahl der Eigenleistung von 0 bis 100% angekündigt. Und zudem bietet diese Firma einen Komplett-Service mit Bauantrag bundesweit an.

- Die kostenlose Broschüre eines anderen Versandhändlers zeigt dem Interessenten, wie er alle modernen Heizsysteme ohne Vorkenntnisse selbst montieren kann.

- „Kostenlose Heizungsmontage? Aber ja!“ Ganz einfach - ohne Löten und ohne Schweißen!

- Das Selbsteinbaugeschäft bezieht sich nicht nur auf die Herstellung, sondern auch auf die Wartung im Heizungsbereich: Mit der Aussage „Leicht, gefahrlos und präzise kann jedermann der eigene Wartungsdienst sein...“ wird ein Spezial-Set zur Prüfung und Einstellung der Heizungsanlage mit CO₂-Indikatorgerät angeboten. Zusätzlich bietet diese Firma auch Ölvorwärmer, Schornsteinzugregler, brennergesteuerte Heizraumbelüftung, Düsen, Brenner, Pumpen usw. in einer Form an, die bisher z.B. Büchern und Damenbekleidung vorbehalten war.

An dieser Stelle sei die Frage nicht untersucht, ob es sich für den Endverbraucher unterm Strich auch tatsächlich lohnt und er nicht besser gleich zum Fachbetrieb gegangen wäre.

Manche SHK-Handwerksbetriebe haben diesen Markt nicht nur entdeckt, sondern sind voll eingestiegen. Eine Zeitungsanzeige folgenden Wortlauts mag dies verdeutlichen: „Wir bieten auch für ungeübte Hobby-Handwerker und Hauslehaber Heizungs- und Sanitärinstalltionen zum Selbsteinbau an. Wir übernehmen Planung, Baubetreuung und Einweisung.“

Eine KL-Firma umwirbt den Endverbraucher mit den Schlagworten: „Wir haben alles für den Selbsteinbauer, vom Schamottemörtel bis zum Ofenrohr, Kacheln und Naturstein. Unser Meister-Service: Wenn Sie nicht selber Bauen wollen, fragen Sie nach unserem Meister-Service. Wir beraten, planen und montieren ganz individuell bei Ihnen zu Hause nach Ihrem Wunsch.“

Zunehmend können Kooperationen zwischen Baumärkten und Handwerksfirmen beobachtet werden. Heizungsabteilungen in Baumärkten, wie z.B. bei OBI, nehmen der Zahl nach deutlich zu.

Von Baumärkten werden Meister eingestellt, um eine bessere Kundenberatung durchführen zu können - und nun ist bereits ein Baumarkt, nämlich der OBI-Baumarkt in Braunschweig, nicht nur in die Handwerksrolle eingetragen, sondern sogar Mitglied der dortigen Innung.

Auch im Gefahrenbereich Nummer 1 - Gas - wissen findige Baumärkte einen Ausweg, so z.B.: „Gaszentralheizung, Fußbodenheizung für den Selbsterbauer - Anträge, Anschlüsse, Inbetriebnahme durch den konzessionierten Fachmann. Kommen - Sehen - Staunen.“

Staunen kann man eigentlich nur über die sogenannten Kollegenbetriebe mit „Gefälligkeitsbescheinigungen“. Selbst wenn ein solches Verhalten im nachhinein schiefliegt, das Geschäft ist quasi ersatzlos am Fachbetrieb vorbeigegangen.

Lernen können wir von den Baumärkten zumindest eines: Diese bilden ihr Personal mit großem Zeitaufwand aus.

Die Baumärkte sind nicht stehengeblieben, neue Serviceleistungen kommen hinzu:

- Zustellung von sperrigen Gütern zum Selbstkostenpreis wird propagiert.
- Teure Präzisionsmaschinen und Geräte, deren Anschaffung sich für den einzelnen nicht lohnt, werden dem Kunden zu sehr günstigen Mietpreisen zur Verfügung gestellt.

- Auf originalverpackte Ware wird eine Umtauschgarantie von 8 Tagen gegen Vorlage des Kassensbons gegeben.

Und wie entwickeln sich die Baumärkte erst, wenn neue Kommunikationsmöglichkeiten wie Btx und Video breit eingesetzt werden?

Es ist zwar richtig, daß Baumärkte verstärkt Beratungs- und Montagepersonal einsetzen, jedoch sollten bis auf weiteres hierbei Grenzen liegen, denn durch die Zusatzkosten dürfte der relative Vorsprung der Baumärkte im Preisbereich zunichte gemacht werden, d.h. das Handwerk kann insbesondere seine ausbildungs- und erfahrungsbedingten Vorteile ausspielen. Dieses Potential kann dem Fachbetrieb nicht weggenommen werden; es sollte vom Betrieb mit unternehmerischem Know-how verbunden werden.

Als Ergebnis verschiedener Studien zur Baumarktsituation muß festgehalten werden, daß Baumarkt-Boom und DIY-Welle

keineswegs mehr als Modeerscheinung abgetan werden können, denn die eingetretenen Veränderungen sind „sowohl drastisch als auch von Dauer“. DIY muß heute als zeitgemäße Grundeinstellung des Endverbrauchers eingeschätzt werden, auf die sich alle Marktpartner einstellen müssen.

Bei einer Auseinandersetzung mit den Zukunftsaspekten des DIY muß berücksichtigt werden, daß bei relativ stagnierendem Gebäudebestand - dies trifft auch eingeschränkt für den Einfamilienhaus-Bereich langfristig zu - im DIY-Bereich verstärkt der Ausbaubereich zugunsten des Ausstattungsbereiches abgelöst wird. Gerade diese Marktentwicklung könnte sich das KL-Handwerk zunutze machen, ist doch nach wie vor der Wunsch nach einem Kachelofen in Form einer Zweitheilung in weiten Kreisen ungebrochen.

Wenn alle unsere Handwerke auf die mit der DIY-Welle verbundenen neuen Markterfordernisse nicht reagieren, dann könnten mit hoher Wahrscheinlichkeit jene Experten Recht bekommen, die amerikanische Verhältnisse auf uns als übertragbar ansehen. Dies würde bedeuten, daß im Jahre 2000 - das sind nur noch rund 15 Jahre - ca. 45% des Umsatzes der SHK-Branche ohne den Absatzmittler Handwerk laufen würden.

Fazit für die SHK-Betriebe

Die Diskussionen in verschiedenen Innungen, Verbandsgruppen und dgl. beweisen, daß die fachfremde Konkurrenz durch Kamin-Studios, Baumärkte und dgl. von manchem KL-Betrieb heute schon als langfristig „existenzbedrohend“ eingeschätzt wird. Sämtliche Diskussionen sowie Forderungen unserer Betriebe zu den traditionellen Vertriebswegen müssen als reine Abwehrmaßnahme bezeichnet werden, was gleichbedeutend damit ist, daß andere bereits weiter sind - hierbei insbesondere die Baumärkte.

Der Hobbywerker bekommt sein Material heute überall und ist keineswegs auf gnädige Belieferung durch das Fachhandwerk angewiesen. So kann DIY und die damit verbundene Nachbarschaftshilfe keinesfalls durch Abstinenz seitens des Fachhandwerks unterbunden werden, zumal es heute, trotz bestehender gesetzlicher Regelungen, offensichtlich nicht einmal möglich ist, den Anstieg der Schwarzarbeit wirksam zu bekämpfen, geschweige denn diese ganz zu verhindern.

Eigentlich steht unsere Branche mit dem Lamentieren und Jammern über die

Auswirkungen des DIY im Handwerk relativ isoliert da. Warum? Andere Branchen, z.B. Maler, Fliesenleger und Elektriker, um nur einige zu nennen, wurden bereits vor Jahren mit dieser Problematik konfrontiert und haben sich zwangsläufig in der Zwischenzeit mehr oder weniger gut darauf einstellen müssen. Nur deshalb, weil wir Gefahren-Handwerke sind, macht die DIY-Bewegung um uns keinen Bogen. Was früher geschweißt werden mußte, wird heute verschraubt und morgen gesteckt.

Können wir eigentlich aus der Sicht der SHK-Branche der DIY-Bewegung nicht auch etwas positives abgewinnen? Nach wie vor sind beim Bürger der Eigenheim-Gedanke, der Wunsch nach einer modernen Wohnung und das Interesse am Komfort ungebrochen, und er kann und will sich den einen oder anderen Wunsch nur mit DIY verwirklichen. Gerade im KL-Bereich träumen doch Millionen von Hausbesitzern von der nachträglichen Errichtung eines Kachelofens. Nach einer Umfrage wollen 25% aller Bundesbürger, die sich noch den Traum vom eigenen Haus erfüllen wollen, einen Kachelofen einbauen. Alle vom Fachbetrieb?

Eigentlich sollten wir doch froh sein, daß er das wenige Geld, das ihm zum Verbrauch bleibt, gerade auch in unserer Branche einsetzen will.

Dazu kommt der Trend in Richtung biologisches Bauen, der dem KL-Handwerk sicherlich nicht abträglich sein dürfte.

Marktaufspaltung

Die Marktaufspaltung zwischen handwerklich gesetzten Kachelöfen und Bauteile-Kachelöfen, die z.T. in Eigenbau zu Feuerstätten zusammengefügt werden, kann nicht mehr wegdiskutiert werden. Nach Auffassung der Hagos wird der Bauteile-Kachelofen voraussichtlich zum Kachelofen des Eigenbauers werden; die Hagos führt weiterhin an, daß parallel zum Anwachsen der Eigenleistung auch der Industrie-Kachelofen aufgrund der größeren Solidität und in Folge anerkannter Markennamen bevorzugt wird. Aus Verbrauchersicht sind Industriekachelöfen bzw. keramische Öfen ebenfalls Kachelöfen. Die jährlichen Steigerungsraten bei Industrie-Kachelöfen von derzeit ca. 12. bis 15% beweisen, daß eine Marktaufspaltung auf absehbare Dauer vorliegen wird.

In diesem Zusammenhang sei die Frage aufgeworfen, ob es zukünftig nur eine Marktaufspaltung in zwei Bereiche - nämlich individuell gesetzter Kachel-

ofen - und Batusatz-Kachelofen/Industrieofen - gibt, sondern ggf. eine Dreieraufspaltung, wenn zusätzlich innerhalb der individuell gesetzten Kachelöfen die gesonderte Klasse „mit Gütezeichen“ gebildet wird.

Marktteilnahme der KL-Betriebe im DIY-Sektor?

Je mehr das traditionelle Handwerk es ablehnt, sich mit DIY auseinanderzusetzen, umso stärker wird der Wettbewerbsdruck der Baumärkte und anderer neuer Vertriebsformen. Baumärkte, Kachelofen-Studios und dgl. müssen keine Rücksicht auf Traditionen nehmen.

Das geradezu phänomenale Wachstum der Baumärkte bedeutet in einem relativ stagnierenden Markt, daß dies eindeutig zu Lasten der Beschäftigung der Handwerkerbetriebe gehen muß. Wollen oder können dies die Betriebe hinnehmen, dann brauchen wir uns nicht weiter zu unterhalten, wenn nicht, dann gibt es nur eines:

- der Kampf muß mit geeigneten Mitteln aufgenommen werden.

Ein Handwerksbetrieb, der sein traditionelles Tätigkeitsgebiet vorwiegend im Einfamilienhaus-Sektor hat - und dies ist der KL-Betrieb - und dort bleiben will, muß sich auf Do-it-Yourself einstellen. Ob und ggf. inwieweit sich der KL-Betrieb aktiv im DIY-Bereich betätigen soll bzw. - wie manche meinen - darf, bewegt die KL-Branche speziell auf Handwerksebene in zunehmendem Maße.

Eine Antwort auf diese Frage ist umstritten. Die unterschiedlichen Meinungen hierzu reichen von strikter Ablehnung des Verkaufs von Bauteilen für Kachelöfen (mit Ausnahme z.B. von einzelnen Schamottesteinen, Ofenrohren usw.) bis hin zu dem Argument „wir verkaufen aus Konkurrenzgründen auch Material“. In der Bundesfachgruppensitzung KL im Herbst 1984 wurde von Bundesfachgruppenleiter Rudolf Kessler zusammenfassend festgestellt, daß es z.Z. keine Patentlösung und kein Patentrezept zur Problematik des Materialverkaufs an Endverbraucher geben würde.

Bei der Pro- und Kontra-Diskussion zum Materialverkauf an DIY-Einbauer kann gewissermaßen stellvertretend für die Kontra-Position die KL-Innung Hessen herangezogen werden, die sich intensiv mit dieser Problematik auseinandergesetzt hat. Einige Kernsätze der Innung Hessen seien exemplarisch zitiert:

- Es wird also künftig zwei Arten von Kachelöfen geben, einerseits den individuell

gesetzten Kachelofen, andererseits den Bausatzkachelofen bzw. DIY-Ofen, und der Bessere wird sich behaupten.

- Kein Materialverkauf von solchen Waren an jedermann, die zum Bau eines Kachelofens gebraucht werden. Auch nicht das Know-how.

- Als Handwerker leben wir überwiegend vom Werk unserer Hände, also der verkauften Arbeitszeit. Jeder Schritt in die DIY-Richtung führt hin zum Handel und weg vom Handwerk.

- Wer beim DIY-Markt mittut, schadet sich und seinen Kollegen, denn er bewirkt, daß ihm oder seinen Handwerkskollegen der Auftrag zum Einbau des Ofens verloren geht.

Die KL-Innung Hessen stellt den Marktströmungen die Gegenthese gegenüber: „Eine Krise wird nicht immer der Überleben, der mit den Wölfen heult oder den Lemmingen zieht, sich also opportunistisch einem angeblichen Zeitgeist anpaßt“.

Theorie und Praxis des Konsumentenverhaltens zeigen auf, daß manche Produktgruppen einem Zyklus unterworfen sind. Das heißt z.B. auch, daß ggf. sich das Käuferverhalten im Zeitablauf ins Gegenteil verkehren kann. Wer wagt es heute schon definitiv zu behaupten, daß - sagen wir im Jahr 1990 - ein quantitativ bedeutender Markt für das KL-Handwerk im DIY-Bereich gegeben ist?

Wir sollten im Hinblick auf die gesicherte Marktteilnahme der KL-Betriebe momentan - nicht an das denken, was vielleicht übermorgen eintritt,

- auch nicht alleine an das, was heute passiert,

- sondern vor allem an die Markterfordernisse von morgen, auf die sich die Betriebe heute einzustellen haben. Und dabei kann, vom Marktpotential her gesehen, der DIY-Bereich für die KL-Branche, insgesamt gesehen, nicht vernachlässigt werden.

Möglichkeiten der SHK-Betriebe im DIY-Sektor

Welche Chancen haben die SHK-Betriebe, am Wachstumsmarkt DIY teilzuhaben? Der KL-Betrieb muß wissen, daß der Markt in den nächsten Jahren beeinflusst wird durch:

- Stagnierende Baukonjunktur
- Bau- und Heimwerkermärkte
- Direktvertriebsunternehmen
- Verschärften Preiswettbewerb

- Steigende Personal- und Betriebskosten

- Arbeitszeitproblematik

- Schattenwirtschaft

- Aufgeklärte, anspruchsvolle und aggressiv preisbewußte Kunden.

Die Umwandlung des *Verkäufer- zum Käufermarkt* wird die Zukunft bestimmen. Der Kunde „Endverbraucher“ wird König, soweit er es nicht schon ist.

Der DIYer wird in zunehmendem Maße den Markt bestimmen, d.h. die Geschäftspolitik der Betriebe ist auf die Anforderungen des Marktes auszurichten. Der Trend kann nicht mehr umgekehrt werden. Vielmehr ist er in die Strategie der Betriebe einzubauen, d.h. daß das Angebot so strukturiert sein muß, daß es für den Kunden je nach der Art seines Bedarfs und seiner Möglichkeiten überzeugend ist, so daß die Absatzmöglichkeiten für SHK-Produkte einschließlich der dazu erforderlichen handwerklichen Leistungen auch tatsächlich von unseren Mitgliedsbetrieben in verstärktem Maße ausgeschöpft werden können.

Wer sich als Fachbetrieb in dieser veränderten Marktsituation erfolgreich behaupten will, muß überprüfen, wie er sich diesem Markt stellen will und kann. Und zwar aktiv, d.h. Betätigung als Unternehmer. Ein Unternehmer unternimmt und unterläßt nicht. Ein Unternehmer ist einer, der die Dinge nicht laufen läßt, der die Dinge in die Hand nimmt und zwar vorausschauend und vorausplanend. Er studiert seinen Markt und versucht, neue Wege zu gehen, natürlich mit kalkuliertem Risiko.

Die Fachbetriebe müssen verstärkt auf die handwerksspezifischen Vorteile gegenüber den Kamin- und Kachelofenstudios und anderen neuen Vertriebsformen hinweisen und diese auch verbraucherwirksam umsetzen.

Die vielschichtigen Vorteile des Handwerks sind hinreichend bekannt. Die nachstehenden Einzelpunkte können die Möglichkeiten des handwerklichen Fachbetriebes nur bruchstückhaft umschreiben.

Was können die Betriebe tun?

- Dem Verbraucher die Schwellenangst nehmen

- Den Selbsteinbauer nicht als Schwarzarbeiter diskriminieren, denn dies würde ihn geradezu in die offenen Arme der Baumärkte treiben

- Für Qualitätsarbeit und mit Qualitätsarbeit werben

- Die Verarbeitung qualitativ hochwertiger Bauteile herausstellen

- Darauf hinweisen, daß ein qualifizierter Fachbetrieb mehr zu bieten hat als nur einen individuellen Kachelofen, nämlich (siehe z.B. die neue IKO-Werbung):

- bei uns berät Sie der erfahrene, voll verantwortliche Meister
- wir verwenden nur Qualitätsbauteile, die sich seit Jahren in der Praxis bewährt haben und Ihnen einen dauerhaften Wärmespaß garantieren
- wir planen und bauen nach den aktuellen Regeln der Technik und garantieren für unsere Arbeit
- wir beachten geltendes Baurecht, damit es später keine Schwierigkeiten wegen der Bauabnahme oder mit dem Schornsteinfeger gibt
- wir übernehmen die Wartung Ihres Kachelofens.
- Sich auf handwerkliche Tugenden wie termingerechte Ausführung und Preistreue besinnen
- Informationen über Preisgestaltung im Handwerk herausgeben
- Informationen über Angebotsfülle und -vielfalt herausgeben - ein nicht zu unterschätzender Vorteil gegenüber dem Baumarkt
- Aufklärung über das hohe Unfallrisiko beim Heimwerken betreiben
- Auf die Gewährleistung hinweisen
- Auf das Ersatzteillager hinweisen
- Den Kundendienstmonteur als Visitenkarte der Firma schulen
- Werkzeuge verleihen
- Evtl. überschüssiges Material zurücknehmen
- Fachleute stehen als Fachberater zur Verfügung, d.h. es muß dem Endverbraucher klar gemacht werden, daß der handwerkliche Fachbetrieb optimal berät. Dies muß als stärkstes Argument des handwerklichen Fachbetriebes herausgestellt werden, denn nach einer Umfrageaktion der Handwerkskammer Konstanz ist der größte Nachteil der Baumärkte, daß dreiviertel aller Befragten mit der Beratung im Baumarkt unzufrieden waren.
- Dem Endverbraucher klar machen, daß wir jene Teilarbeiten gerne ausführen, die er sich nicht selbst zutraut, oder objektiv nicht selbst machen kann
- Dem Heimwerker jene Leistungspositionen kenntlich machen, die von ihm selbst ohne Risiko übernommen werden können

Grundvoraussetzung für die Ausübung der Einzelhandelsfunktion im Handwerk ist jedoch, daß nur der verkauft wird, der verkaufen kann. D.h. das Verkaufen muß ggf. erlernt werden.

Zum Sortiment

Grenzen sind im Heimwerkermarkt heute noch dort gesetzt, wo technisch komplizierte Geräte zum Einsatz kommen. Aber auch hier gilt es heute schon entsprechenden Baumarktaktivitäten entgegenzuwirken.

In der Zukunft wird es, relativ gesehen, immer leichter werden, eine Abgrenzung der DIY-Möglichkeiten im KL-Bereich vorzunehmen, und zwar durch das Aufstellen eines Negativ-Kataloges, der den Kernbereich umfaßt, der, egal wer hierüber befindet, nicht DIY-geeignet ist. Besonders die Problematik des Gefahrenhandwerkes wie z.B. Feuersicherheit, Verbrennungsluftführung Gas und dgl. müssen berücksichtigt werden.

Dem KL-Betrieb wird die Aufgabe zuwachsen, dem Kunden die Grenzen des DIY im KL-Bereich zu verdeutlichen; mit dieser Verhaltensweise kann er dem Endverbraucher nicht nur die notwendige Sicherheit geben, sondern kann dadurch auch dessen Vertrauen gewinnen. Und ein solches Vertrauen ist der beste Garant für eine zukünftige Geschäftsgrundlage.

Inwieweit bei der Ausübung der Einzelhandelsfunktion im weitesten Sinne rechtliche Probleme vom Verkäufer berücksichtigt werden müssen, soll an dieser Stelle nicht aufgezeigt werden. Sollten dem Fachbetrieb tatsächlich Haftungsprobleme aus positiver Vertragsverletzung erwachsen oder sollte er beispielsweise gemäß analoger Anwendung der DIN 18 890 bzw. 18 891 dem Käufer gegenüber bei der Beratung über Aufstellung und Anschluß des Kachelofens eine Informationspflicht haben, dann hat gerade der in die Handwerksrolle eingetragene Kachelofenbauer aufgrund seiner Ausbildung und Erfahrung die entsprechenden Vorteile gegenüber der handwerksfremden Konkurrenz.

Nach Angaben des Instituts für DIY-Marketing, läßt sich bereits heute feststellen, daß der Heimwerker seinen Baumarkt nicht ausschließlich nach Fahrkilometern auswählt, sondern zunehmend nach den Kriterien Sortiment und Beratung entscheidet. Klaus Herre von diesem Institut sieht, daß der Markt von morgen jedoch innerhalb der DIY-Branche nicht durch Massenprodukte entschieden wird, sondern durch sorgfältig zusammengestellte exklusive Sortimente. Hier soll sich ein weites Feld für Klein- und Mittelbetriebe öffnen. Die sog. „Heimwerker-Avantgarde“ sucht bereits heute das Delikatessen-Angebot - vielfach findet sich jedoch nur den Jedermanns-Eintopf.

Wenn Baumärkte Meister einstellen, dann sollte es doch bei der Diskussion in den Reihen der handwerklichen Fachbetriebe eigentlich keine engen Grenzen geben, über das, was verkauft werden soll. Alle Anstrengungen sollten jedoch darauf ausgerichtet werden, daß Planung, Montageüberwachung und Abnahme der Leistung unbedingt in den Händen der Fachbetriebe bleiben. Hieran sollten sich auch flankierende Maßnahmen orientieren, z.B. DIY-geeignete Maßnahmen:

- Gemeinschaftswerbung von Handel, Handwerk und Industrie (Querverweis z.B. zu ADK)
- Anzeigenaktionen auf Innungsebene (Querverweis z.B. zu IKO)
- Aktionstage, Tage der offenen Tür.

Betriebe, die tiefer in den DIY-Markt einsteigen wollen, sollten überprüfen, inwieweit sie eine klassische Marktaufspaltung dadurch betreiben könnten, daß sie quasi an getrennter Stelle 1. den „Klasse-Handwerksbetrieb“ und 2. den „Klasse-Handwerksbetrieb“ mit Selbsteinbauabteilung betreiben, um zusätzliche Kunden zu gewinnen. So könnte beispielsweise ein KL-Betrieb innerhalb seiner Ausstellung getrennt oder in zwei getrennten Ausstellungsräumen zwei extreme Produktgruppen verdeutlichen, nämlich:

- den individuell gesetzten, schönen repräsentativen Kachelofen für den Kundenkreis mit sehr hohen Ansprüchen
- und den kleineren, einfacheren und billigeren Kachelofen bzw. Bausatz, der mit mehr oder weniger Eigenleistung von der wachsenden Schicht von Normalverdienenden noch bezahlt werden kann.

Erfahrungen aus anderen Branchen verdeutlichen, daß der plastische Produktvergleich - also Fachbetriebsarbeit/ DIY-Artikel - manchen Kunden erst zum höherwertigen Produkt geführt hat.

Bei der Entscheidung für einen KL-Fachmarkt mit baumarktähnlichem Charakter muß analysiert werden, ob sich nicht auf Dauer zusätzlich Vorteile dadurch bieten können, daß ggf. Kooperationen mit anderen Gewerken vorgenommen werden.

Warum sollte eigentlich ein solcher Fachmarkt nicht direkt gegenüber von Baumärkten gegründet werden, da dann bereits ein bestimmter Teil des Publikums - „Laufpublikum“ - relativ leicht gewonnen werden kann.

Betriebe, die aufgrund Ihrer Betriebsgröße oder ihrem Know-how eine erfolgsversprechende Betätigung im DIY-Markt nicht erfüllen können, könnten sich in kooperativen Organisationsformen mit

Kollegenbetrieben zusammenschließen und mit solchen Gemeinschaftsmärkten eine echte Alternative zum eingeführten KL-Studio bieten.

Bei der Entscheidung für eine Intensivierung der Einzelhandelsfunktion, z.B. Auf- bzw. Ausbau einer Ausstellung, müssen unbedingt die örtlichen Absatzchancen einer peniblen Überprüfung unterzogen werden. Dies gilt ebenso im Falle einer Entscheidung für den DIY-Markt, denn nicht jeder Betrieb kann mit einem maßgeschneiderten Heimwerkerkonzept, das auf jeden Fall erforderlich ist, im Markt bestehen. *Dies gibt der Markt nicht her.* Es kann nicht mit Nachdruck genug darauf hingewiesen werden, daß die Risiken einer Teilnahme am Heimwerkermarkt so intensiv wie möglich geprüft werden müssen.

Konsequenzen aus einer aktiven Marktteilnahme der KL-Betriebe im DIY-Bereich

Eine geeignete Betätigung am DIY-Markt kann den Betrieben im Handelssektor den Zusatzertrag bringen, der gerade in der Zukunft zum Ausgleich des nicht marktgerechten Verhältnisses der Zuschlagsätze auf Lohn und Material benötigt wird. Der Zuschlag auf Löhne kann, relativ gesehen, reduziert werden. Wir müssen mit unseren handwerklichen Leistungen billiger werden, um in der Zukunft nicht zuviel an Boden zu verlieren. Die ganze Öffentlichkeitsarbeit der Branche nützt nichts, wenn die Betriebe zu teuer sind.

Vergessen wir auch nicht, daß der Hobby-Werker sofort bar bezahlt, wodurch die Betriebe die dringend erforderliche Entlastung im Liquiditätsbereich erhalten könnten.

Der Handelssektor darf nicht amateurhaft betrieben werden, um gegenüber den Profis aus den Baumärkten und Studios bestehen zu können.

Eine aggressive Absatzpolitik erfordert insbesondere umfangreiche Werbemaßnahmen; diese kosten enorm viel Geld, was erst wieder verdient werden muß.

Als nicht ganz unwichtige Nebeneffekte einer verstärkten Betätigung der KL-Betriebe im DIY-Bereich seien genannt:

- Jeder zusätzliche Absatz an Heimwerker kann evtl. vorhandenen Ambitionen auf der Großhandelsseite entgegenwirken, Direktverkäufe zu tätigen

- Alle Aktivitäten der KL-Betriebe im Einzelhandelssektor richten sich auch gegen evtl. vorhandene Bestrebungen bestimmter sog. Großhändler, die gewissermaßen unter dem Deckmäntelchen des Fachhandels gleichzeitig Groß- und Einzelhandel betreiben könnten und dadurch eine fast „unlautere Konkurrenz“ zu ihren Abnehmern, nämlich den KL-Betrieben, betreiben würden.

Konsequenzen aus der DIY-Problematik für die Berufsorganisation

Wenn es den KL-Betrieben gelingen sollte, durch eine aktive Betätigung im DIY-Bereich den Kachelofenstudios und Baumärkten kontra zu geben, dann darf auch nicht der Hauch einer utopischen Illusion aufkommen, man könne das Rad wieder zurückdrehen, also daß diese Studios wieder verschwinden würden. Vielmehr müßte es mittelfristig bereits als extrem hoher Erfolg gewertet werden, wenn der Marktanteil dieser neuen Absatzmittler eingefroren werden könnte.

Es muß der freien unternehmerischen Entscheidung des einzelnen Betriebsinhabers obliegen, ob er sich für eine Strategie im DIY-Markt entscheidet. Auf die Gefahr, die handwerklichen Dienstleistungen in den Hintergrund zu drängen und damit nur noch quasi auf Knopfdruck beim Do-it-Yourselfer unliebsame Probleme zu lösen, sei eindringlich hingewiesen.

Aufgabe der gesamten Branche zum Problem Vertriebswege sollte es künftig sein, einerseits der Öffentlichkeit gegenüber stärker die handwerkliche Leistungsfähigkeit und Unersetzlichkeit zu betonen, jedoch auch jenen Betrieben die notwendige Unterstützung zu geben, die sich für eine marktorientierte Betriebspolitik entscheiden.

Damit die Frage der Vertriebswege nicht an den Verbänden vorbei, sondern unter deren Mitarbeit gelöst wird, sollte ein entsprechender DIY-Orientierungsrahmen für die KL-Betriebe wie auch für die Berufsorganisation erstellt werden,

der auf einer zufriedenstellenden und nach außen hin glaubwürdigen Lösung evtl. verbandsintern vorhandener gegensätzlicher Auffassungen basiert.

Es kann jedoch nicht Aufgabe der Berufsorganisation und der verantwortungsbewußten Branchenvertreter sein, gegenüber Betrieben den Weg zum Selbsteinbau ausdrücklich zu forcieren, denn dadurch würde ggf. eine an sich für die gesamte Branche unbefriedigende Situation noch früher eintreten.

Wenn eine Entscheidung in Richtung DIY fällt, dann müßte jeder KL-Betrieb, der sich auf Strukturänderungen einstellt, von seiner Berufsorganisation und seinen Marktpartnern auf vorgelagerter Stufe Informationshilfen erhalten wie z.B. durch Marktanalysen, Werbematerialien und Sortimentsgestaltung.

Es wird auch in der Zukunft viele Betriebe geben, die, wirtschaftlich abgesichert, ohne Teilnahme am DIY-Markt gedeihlich bestehen können. Diesen Betrieben gilt nur der herzlichste Glückwunsch. Aber eine nicht geringe Anzahl von Betrieben - wollen diese weiterhin die Existenz der Inhaber und Mitarbeiter in der KL-Branche sichern - müssen sich zwangsläufig auch in diesem neuen Markt, dem DIY-Markt, betätigen. Und das dürfte vielen von diesen nicht zum Nachteil werden.

Das Überleben der handwerklichen Fachbetriebe wird nicht alleine garantiert durch Diskussion von z.T. kontroversen Auffassungen in den Innungen, das Besinnen auf Handwerkstradition und Handwerkstugenden, auf Handwerksordnung und Handwerkskammer, auf die Amtsstuben der mit der Überwachung der Schwarzarbeit beauftragten staatlichen Stellen, auf Richter in Schwarzarbeitsverfahren, die z.T. sich auch der Dienste des Schwarzarbeiters bedienen/ aber auch DIY betreiben, auf dem Ruf nach Beibehaltung des traditionellen Vertriebsweges und auf Absichtserklärungen der Hersteller auf Einhaltung des traditionellen Vertriebsweges, sondern vor allem durch das, was der Markt hergibt. Und der ist, wenn die KL-Betriebe nicht aktiv werden, für die neuen Vertriebsformen wie Kachelofenstudios, Baumärkte und dgl. ein auf absehbare Zeit extrem freundlicher Markt. □