1 Außenansicht des Schauraums der U. Leibbrand GmbH in Schorndorf.

Sich zeigen und gefunden werden

Lohnt sich der Aufwand von Ausstellungsräumen im Zeitalter des Internets noch? Kann man damit als Fachunternehmer im Stuckateur- und Ausbauhandwerk noch Kunden erreichen oder gar gewinnen? Besteht nicht die Gefahr, dass ein Showroom zum Beratungsdiebstahl verführt? Teil 1.

Es existieren sehr preissensible Kunden, die ein stationärer Händler nur schwer gewinnen kann, weil er durch den physischen Showroom höhere Lagerkosten hat als pure Online-Händler«, weiß Dr. André Marchand. Der Assistant Professor an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster kommt aber zu der Ansicht, dass die Chancen die Risiken überwiegen. »Auch ein Smartphone-Verbot oder ein Internet-Abschirmen im Verkaufsraum kann nicht die Lösung sein«. Noch deutlicher als im Handel, das zeigen unsere Beispiele, überwiegen die Chancen von Showrooms im Handwerk die Risiken.

Dennoch sollte das Fachhandwerk das Internet nicht unterschätzen: »Virtuelle Showrooms im Internet sparen Geld in den Fällen, in denen Kunden ein Produkt nicht haptisch zu erfahren brauchen, bevor sie es kaufen«, betont Marchand. »Es scheint zudem eine steigende Nachfrage nach virtuellen Showrooms zu geben, weil sie Zeit sparen und in Kombination mit einer kundenfreundlichen Rücknahmepolitik das möglicherweise höhere Kaufrisiko im Vergleich zum physischen Showroom aufwiegen.«

2 **Dr. André Marchand, Westfälische Wilhelms-Universität Münster: »In Deutschland werden mittlerweile rund 20 Prozent der Handelsumsätze online erzielt.«**
Foto: WWU Münster

Es kommt auch vor, dass Kunden sich im Geschäft über Waren informieren, um dann doch günstig im Versandhandel zu kaufen. Der Handel hat gegen dieses Showrooming, der auch Beratungsdiebstahl genannt wird, nur zwei Optionen: Entweder sich mit moralischen Appellen oder Restriktionen wie Internet-Verbot im Verkaufsbereich gegen Showrooming wehren und damit wahrscheinlich zahlreiche potenzielle Kunden verprellen, oder es zulassen und es gleichzeitig schaffen, diese Kunden zu gewinnen, so Marchand, der im Bereich Digitalisierung, Handelsmarketing und neue Medien forscht.

Kundenstimmen zu Schauräumen und Auftragsportalen

Im Fall von Handwerksbetrieben, die ja nicht nur Produkte, sondern vorranging Dienstleistungen anbieten,

3 Die U. Leibbrand GmbH (Schorndorf) wird geführt vom Maler- und Lackierermeister Frank Krämer als Inhaber und Geschäftsführer für Technik und Vertrieb.

4 2010 wurde der Schauraum der U. Leibbrand GmbH komplett erneuert und modernisiert.
Fotos 1, 3, 4: U. Leibbrand

kann sich ein physischer Schauraum, also ein Raum vor Ort, neben dem Internet-Auftritt und gegebenenfalls der Präsenz in Auftragsportalen noch eher als sinnvoll erweisen. Darin sind sich die von uns befragten Kunden und Handwerksbetriebe einig, obwohl unsere kleine, nicht repräsentative Umfrage im Privatkundenbereich zeigt, dass die Meinungen sowohl zu Auftragsportalen als auch zu Schauräumen auseinandergehen.

So hat sich zum Beispiel eine Privatperson aus dem Hochsauerlandkreis im Vorfeld einer Renovierung sehr viel in Online-Showrooms aufgehalten, um Ideen zu sammeln und Produktinformationen mit Preisen zu finden. Allerdings sei es bei Malerarbeiten darüber hinaus wichtig, eine bestimmte Technik oder Farbe mal in der Fläche zu sehen. Und als Anbieter sollte man sich vor Augen halten, was die Person daraus folgert: »Wenn man sich in eine Optik ›verguckt‹ hat, zahlt man halt den etwas höheren Preis.«

Laut einer anderen Antwort (aus dem Landkreis Holzminden in Niedersachsen), sind dagegen Showrooms vor Ort »weniger wichtig«, dafür aber im Internet interessant, »um sich Anregungen zu holen«. Dass Auftragsportale nicht genutzt werden, wird damit begründet, das man auf dem Land viele Handwerker persönlich kenne und oft auch wisse, »wie gut die Arbeit ist, die sie leisten«. Aus Berliner Sicht stellt sich die Situation anders dar: »Showrooms kenne ich nicht, aber über Myhammer habe ich schon öfter Handwerker gesucht und gefunden«, ist eine Aussage aus der Hauptstadt. »Das funktioniert gut.« Bei einem Auftragsportal wisse man wenigstens schon mal, »dass derjenige Zeit hat und Aufträge sucht.«

Schauraum: für Interessenten, Bewerber und Beschäftigte wichtig

Wie Ausstellungsräume, Auftritte im Internet und die Teilnahme an Auftragsportalen sich aus Handwerkersicht darstellen, zeigen drei Beispiele aus Baden-Württemberg: die Malerbetriebe U. Leibbrand GmbH, Soyez Stuckateur GmbH und Thomas Buban.

Die U. Leibbrand GmbH, ein seit 1923 in Schorndorf ansässiger Betrieb, hat »schon immer« einen Ausstellungsraum gehabt, erzählt ihr Geschäftsführer und Inhaber, der Maler- und Lackierermeister Frank Krämer. »Schon immer« heißt in diesem Fall seit 1992, also seit dem Jahr, in dem Krämer sie gekauft hat. Sein Ziel war von Anfang an, die Leistungen transparent zu machen und »nicht nur ein kleines Farbmuster als Entscheidungshilfe« zu bieten. 2010 wurde der Schauraum komplett erneuert und modernisiert und wenn Krämer die 60 Prozent Umsatzsteigerung seit dieser Maßnahme auch nicht allein darauf zurückführt, so ist er doch überzeugt, dass sie maßgeblich dazu beigetragen hat.

»Es gibt zum Beispiel eine regelmäßig erscheinende Kundenzeitschrift, so dass die gezeigten Anwendungen nicht nur im Schauraum (und im Internet), sondern auch in gedruckter Form fassbar sind und in verschiedenen Medien verwertet werden», sagt Krämer. Der Schauraum hat neben seiner Transparenzfunktion für das Unternehmen weitere Bedeutungen: So dient er als Türöffner, um Menschen die Schwellenangst zu nehmen, indem er ihnen ermöglicht, sich unverbindlich umzuschauen. Auch nach Vor-Ort-Terminen bei Kunden folgten viele der Einladung, in den Schauraum zu kommen, um dort ihr Angebot abzuholen und sich zu informieren, wie die Leistung aussehen könnte. Darüber hinaus bietet der Raum eine Übersicht für die Beschäftigten selbst: »In jeder Abteilung ist das Spektrum sehr

»Das Handwerk ist im Büro nie sichtbar, in unserem Schauraum kann man es sehen und begreifen.«

6 **Der sehr repräsentativ gestaltete und ausgestattete Raum der Soyez Stuckateur GmbH in Ilsfeld wird auch für Events eingesetzt.** *Foto: Soyez Stuckateur*

5 **Axel Soyez, geschäftsführender Gesellschafter der Soyez Stuckateur GmbH. Sein Wahlspruch: »Wir sind nicht zu groß für Kleinaufträge und nicht zu klein für die Großen.«**

groß«, erklärt Krämer, »und im Schauraum versuchen wir, die Dinge greifbar zu machen. Das schafft auch für mich die entsprechende Orientierung.« Für die einzelnen Bereiche gibt es jeweils Beratungstische mit Internetanschluss für schnelle Recherchen und um die Tische herum sind die zugehörigen Produkte angeordnet.

Der Schauraum richtet sich doch nicht nur an die Kunden als wichtige Informationsquelle, betont Krämer: »Er ist auch eine Präsentation für uns als Arbeitgeber. Das Handwerk ist im Büro nie sichtbar, in unserem Schauraum kann man es sehen und begreifen.«

Ähnliches gilt für den Internetauftritt, der gekonnt die Thematik des Schauraums aufnimmt und sie um einen eingebauten Rechner ergänzt, mit dessen Hilfe sich die Interessenten in Ansätzen ausrechnen können, was die gewünschte Leistung ungefähr kosten wird. »Unser Internetauftritt ist wichtig, auch für Bewerber und Auszubildende«, sagt Krämer. »Die Mitarbeitersuche ist ein großes Thema und wenn die Seite im Netz interessant und informativ wirkt, sind Fachleute und Azubis eher interessiert, in dem betreffenden Unternehmen zu arbeiten.«

»Das Netz wird vor allem zur Vorinformation genutzt«, schätzt Krämer. Es komme zwar vor, dass Kunden im Internet kaufen, wenn sie sich die Objekte vor Ort im Schauraum angesehen haben, aber das sei eher selten der Fall. »Der Tapetenhersteller, mit dem wir zusammenarbeiten, hat dafür ein Konzept entwickelt, nachdem wir dann zumindest eine kleine Provision bekommen«, erwähnt er in diesem Zusammenhang. Allerdings komme die gegenteilige Situation viel öfter vor: »Die Kunden sehen im Internet oder in einer Zeitschrift ein Produkt, zum Beispiel einen Teppich, und wollen dann im Schauraum sehen, wie es wirklich wirkt. Häufig kaufen sie dann bei uns. Wir haben eben als Handwerker den Vorteil, dass wir Dienstleistungen anbieten und nicht nur nackte Produkte.«

Relativ wenig hat das Unternehmen dagegen mit Auftragsportalen zu tun. Die Aufträge kommen entweder durch Direktkontakt zustande oder über Architektenausschreibungen. Über 1000 Architekten sind in der hauseigenen Datenbank. Genutzt werden außerdem die Informationen zu Neubauvorhaben von der Plattform des Deutschen Baustellen-Informationsdienstes DBI.

Ein Event- und Wohlfühlraum

Den Ausstellungsraum bei der Soyez Stuckateur GmbH in Ilsfeld in der Nähe von Heilbronn gibt es seit knapp zehn Jahren und er wird nach Axel Soyez' Wahrnehmung durchweg sehr positiv aufgenommen. »Wir nut-

Die Räume werden für Events genutzt. Soyez lädt seine Kunden zum Beispiel zu Kochabenden, Vorführungen oder zu einem WM-Abend ein.