

Leserbrief

Wer nimmt, muss auch bereit sein, zu geben

Ein AGCO Händler schrieb uns zu dem eilbote-Artikel in Heft Nr. 7/2019, Seite 22 „Neue Führungsteams in Deutschland und Europa bringen neue Ideen“

Der Bericht liest sich doch wirklich positiv. Wo gibt es schon einen Hersteller, der seine Listenpreise um sage und schreibe 20% senkt? Letztendlich bleibt das Produkt auf demselben Preisniveau wie zuvor. Sollte man jetzt der Meinung sein, dass sich die Preise dem Handel gegenüber ebenfalls reduziert haben, kann man eigentlich nur das Gegenteil behaupten.

Wen interessiert heute eigentlich noch ein Listenpreis? Das gilt doch für fast alle anderen Hersteller genauso. Da wird doch nur noch geschmunzelt – hauseigene Aktionen der Hersteller, die Offerten im Netz tragen dazu bei.

Alle Hersteller wollen was vom übriggebliebenen, täglich schrumpfenden Kuchen. Dennoch zusätzlich auf Kosten und Risiken des Händlers, der bereit ist, auf das Geschäft einzugehen, damit dieses überhaupt zustandekommt.

Immer kompliziertere Technik, kostspielige Schulungen, Spezialwerkzeuge usw. ergänzen die Kostenspirale. Größtenteils zu vorgegebenen Stundenverrechnungssätzen für den Endkunden und damit zwangsläufig auch für den Monteur, in anderen Branchen mit nur annähernden Anforderungen völlig undenkbar. Kein Wunder, dass so mancher Monteur abwandert, um mit guter Arbeit bei geregelten Arbeitszeiten gutes Geld zu verdienen.

Die Kompromissbereitschaft bei Garantieabwicklungen, Kulanzen und Reklamationen reduziert so manchen Gewinn in die Verlustzone.

Händler geraten zunehmend in die Bredouille, sich den Anforderungen des großen „Partners“ hinzugeben, ob er will oder nicht. Wenn der Händler dazu bereit ist, sich auf diesen einen Partner einzulassen, dessen Forderungen nachgeht, andere bisher funktionierende und lukrative Geschäftsfelder aufgeben muss, dann darf auch eine gewisse Gegenleistung erwartet werden. Das aber funktioniert nur dann, wenn genügend Geld verdient wird, um das Rad am Laufen zu erhalten.

Das spiegelt sich wider in den Einkaufspreisen, der Produktqualität und der Konkurrenzfähigkeit gegenüber dem Wettbewerb. Wer nimmt, muss auch bereit sein, zu geben.

Name des Einsenders ist der Redaktion bekannt