

Infotainment auf der Höhe der Zeit prägte die Tagung zum zehnjährigen Jubiläum des Grohe Profi Clubs am 12. September in Berlin. Den 300 Gästen wurde ein vielfältiges Programm aus Rückblicken, Ehrungen und einem anschaulichen Beitrag über das Thema Verkaufen im Hotel Adlon geboten.

Aus der „Friedrich Grohe Initiative“ entstand 1993 der „Grohe Profi Club“. Im Vordergrund der neuen Ausrichtung stand damals nicht allein die fundierte Kenntnis über Grohe-Produkte und das technische Know-how, sondern die Ausweitung der Kompetenz in Betriebswirtschaft, Marketing und Vertrieb. Die Mitglieder wirken seither zudem maßgeblich an der Gestaltung des Club-Programms mit. Das Leistungsprogramm soll ihnen helfen, die Marktposition des Betriebes im jeweiligen Umfeld zu verbessern. Auf die Entwicklung des Clubs schauend, hob Dr. Michael Pankow, Geschäftsführer Grohe Deutschland, hervor, daß das Erfolgsgeheimnis in der ständigen praxisorientierten Anpassung des Leistungsspektrums an die Bedürfnisse der über 1200 Mitgliedunternehmen liege: „Kontinuität, zeitgemäße Attraktivität des Programms und die guten persönlichen Beziehungen bilden eine Einheit, die das Club-Geschehen auch weiterhin zu einer guten Partnerschaft zwischen dem Hersteller Grohe und dem Fachhandwerk führen werden.“

### Nicht an der Preisspirale drehen

In diese Richtung zielt auch die Neuformierung des Senats. Bernd König als 1. Senatssprecher hieß die neuen Senatoren Matthias Dettki, Klaus Gerwing und Timo Hofstetter herzlich willkommen. Sie stehen als neue Generation für eine Verjüngung des Führungsgremiums und für eine Erfolg versprechende Zukunft. Dem Senatoren-Team gehören zudem Michael Klüßendorf und Haiko Senf an. König verabschiedete anschließend drei Mitstreiter der ersten Club-Stunden, die als Wegbereiter viel zum Gelingen beigetragen haben. Karl Broderix, Bernd Heidenreich und Hans-Werner Bärhausen wurden für ihre Verdienste ausgezeichnet und erhielten als Dankeschön ein Buch von Hans-Uwe L. Köhler über das „Verkaufen“.

## Grohe Profi Club feiert Jubiläum

# Fit für den Markt



Verjüngung im Grohe Profi Club: Der 1. Senatssprecher Bernd König (2. v. r.) begrüßte die Neu-Senatoren Matthias Dettki, Klaus Gerwing und Timo Hofstetter

Der Autor hatte dann Gelegenheit, im Zusammenspiel mit dem Moderator Geert Müller-Gerbes seine Position zu präsentieren. Unter immer wieder aufbrandendem Beifall stellte Köhler seine Thesen zur gegenwärtigen „Geiz ist geil“-Debatte vor. Seiner Ansicht nach führt der Slogan absolut in die Irre, allein schon weil Geiz nirgendwo als eine Tugend akzeptiert sei. An die Grohe Profi Club-Mitglieder gewandt, warnte der Autor dringend davor, an der Preisspirale mitzudrehen: „Sprechen Sie mit Ihrem Kunden nicht darüber, was das Produkt oder der Umbau des Bades kostet. Überzeugen Sie ihn lieber davon, was es ihm wert sein sollte.“ Anstatt sich auf einen Preiskampf einzulassen, appellierte er an die Anwesenden, ihren eigenen Betrieb eher nach dem Muster einer Marke zu profilieren: mit eigenem Gesicht, unverwechselbar und auf Kunden-Service ausgerichtet. An diesem Punkt schloß Stephan M. Heck, Vorstand Vertrieb bei Grohe, an. Er verdeutlichte den Weg, den Hersteller und Handwerk mit dem Handel gemeinsam beschreiten sollten, um beim Kunden Mehrnutzen zu kommunizieren und die Geschäftsentwicklung langfristig zu sichern.

Der wesentliche Inhalt des Gastbeitrages von Lothar de Maiziére war die Internationalität. Der erste frei gewählte und schließlich letzte Minister-

präsident der DDR erläuterte vor dem Hintergrund der Berliner Historie den Einsatz des Grohe Profi Clubs für die „United Buddy Bears“. Auf dem „Pariser Platz“ hat der Club eine „Patenschaft“ für den österreichischen Bären übernommen. Die Statue wird gemeinsam mit den anderen Exponaten in verschiedenen Ländern ausgestellt und schließlich zugunsten der Unicef versteigert. \*

