

Der Fachmann richtet´s

Bei EMAs zählt das Produkt und der Errichter

Um den Absatz von Einbruchmeldeanlagen (EMA) im privaten oder gewerblichen Bereich zu erhöhen, ist Zweierlei maßgebend: Das richtige System sowie die korrekte Installation und der nachfolgende Service durch den Fachmann. W+S befragte Ralf Scheckenbach, Mitarbeiter von Lohrer Alarm und Sicherheitstechnik, und Alexandra Paatsch, Leitung Marketing-Kommunikation bei Atral, über die Beziehung zwischen Facherrichter und Hersteller.

Ein Blick in die aktuelle Polizeikriminalstatistik (PKS) zeigt, dass die Zahl an Wohnungseinbrüchen – überwiegend Tagewohnungseinbrüche – im Jahr 2003 gegenüber dem Vorjahr insgesamt leicht zurückgegangen ist, Einbrüche in Büros und Fabrikationsräume dagegen leicht zugenommen haben. Der finanzielle Schaden belief sich für das Jahr 2002 auf rund 800 Millionen Euro.

Damit der Kunde, sei es für den privaten Gebrauch oder den gewerblichen, ein entsprechendes, auf seine Wünsche und die eines etwaigen Versicherers abgestimmtes Einbruchmeldesystem erhält, bedarf es einer eingehenden Beratung durch den Errichter vor Ort. Er sollte der erste Ansprechpartner sein, der dem Interessenten ein fachlich qualifiziertes Angebot unterbreitet.

Einbruchmeldeanlagen für jede Anforderung

Zunächst stellt sich bei der Fülle der angebotenen Systeme die Frage, welches denn das geeignete ist. Das Errichterunternehmen Lohrer sieht im Bereich der EMAs vier „Evolutionstufen“, die sich sowohl in der Technik als auch in den Anforderungen unterscheiden.

Die erste Stufe umfasst den Bereich, in dem Produkte eingesetzt werden, die sich bei relativ hoher Qualität durch eine vergleichsweise einfache Technik auszeichnen. Hier geht es in erster Linie um Kombinationslösungen aus mechanischen und elektronischen Sicherungen, wobei letztere oft als „Deckellösung“ für mechanische Sicherungen eingesetzt werden (**Bild 1**). Die nächste Stufe betrifft den gehobenen Privatkunden, bei dem der Versicherer auf Grund der zu schützenden Werte ein wichtiges Wort mitredet. Der kleingewerbliche Bereich, etwa Praxen, Kanzleien oder kleine Firmen, folgt auf der

dritten Stufe. Hier spielen bereits die VdS-Richtlinien für die zu wählende EMA eine Rolle. Je nach Fall können aber auch nicht vom VdS abgenommene Systeme zum Einsatz kommen, wenn Versicherer und Kunde dies aufgrund des erarbeiteten Sicherungskonzepts für geboten halten. Auf der höchsten Stufe ist dann der großgewerbliche Bereich zu nennen, unter den beispielsweise die Banken fallen. Hier finden ausschließlich professionelle Systeme Anwendung, die nicht nur den Richtlinien des VdS oder den Vorgaben des Versicherers genügen müssen, sondern auch vor allem denen der Polizei oder anderer relevanter Institutionen. Zu den Versicherern und der zwingenden Anwendung von VdS-Richtlinien sei noch anzumerken, dass es bedingt durch die Konkurrenz der Versicherer untereinander zu unterschiedlichen Risikobewertungen eines Objektes kommen kann. Bei einer niedrigen Bewertung kann daher der Versicherer EMAs auch ohne anerkannte VdS-Zulassung zum Einbau freigeben, so Scheckenbach.

Zurückhaltung in der Home-Security

Die Entscheidung für oder wider eine EMA ist gerade für den Kunden im Home-Security Bereich von einer Reihe Faktoren und Überlegungen abhängig. Dazu zählen psychologische Elemente (subjektives Sicherheitsgefühl), die Frage der zu schützenden Sachwerte und natürlich die Kosten für eine EMA und deren Einbau.

Der Markt im Home-Security Bereich gilt dabei nach wie vor als nicht allzu lukrativ. In Deutschland sind gerade mal 0,5 bis ein Prozent der Haushalte mit einer EMA ausgestattet. Zum Vergleich: In Frankreich sind es 15 Prozent. Nach wie vor liegt der Hauptgrund in dem Umstand, dass dort nur der Zeitwert versichert wird und nicht wie in Deutschland der Anschaffungswert. Scheckenbach gibt weitere Gründe aus Errichtersicht für eine eher zurückhaltende Bewertung des Home-Security Marktes an: „Die Leute



Bild 1: Eine mechanische Sicherung allein kann Diebe nicht immer aufhalten.

denken oftmals, dass es sich hier um Systeme zwischen zwei- und dreitausend Euro handelt, die alle Sicherheitslücken abdecken. Dabei hängen die Kosten für ein solches System in erster Linie von den Sachwerten des Objektes und den Auflagen des Versicherers sowie von den zu erwartenden Täterprofilen ab.“

Kampagnen und die Konkurrenz

Für mehr Sicherheit besonders für private Haushalte wirbt die herstellerneutrale Kampagne „Nicht bei mir“, die auf die Initiative von Verbänden der Sicherheitsbranche und der Polizei zurückgeht und für mehr Eigeninitiative beim Einbruchschutz wirbt. Der Kunde kann sich von der Polizei beraten lassen und aus einer Datenbank einen Errichter in seiner näheren Umgebung auswählen.

Problematisch ist dabei aus Sicht der Hersteller und Errichter die Qualität der Installationsleistung. Denn auch ein nicht nach VdS zertifizierter Händler, etwa ein „gewöhnlicher“ Elektriker, kann ein einfacheres Alarmsystem einbauen. Für den Errichter stellt sich hier die Frage der Konkurrenzfähigkeit. Ein qualifizierter und geprüfter Errichter sollte daher seine Mitarbeiter die Schulungsangebote durch die Hersteller wahrnehmen lassen. Eine fachgerechte Installation ist genau so wichtig wie das Produkt selbst. Diese qualitätssichernden Maßnahmen schlagen sich dann allerdings auch im Stundenlohn und im Produkt selbst nieder. Für den Endkunden bedeutet das, dass er in der Regel die Auswahl zwischen einer günstigen Alarmanlage, die nicht unbedingt von einem Fachbetrieb installiert wird, und einem teureren, VdS zugelassenen und von einem Facherrichter eingebauten System hat (**Bild 2**).

In Fällen beispielsweise, in denen der Elektriker mit der Gebäudeleittechnik beauftragt ist, wird auch die Installation einer EMA angeboten. Scheckenbach: „Viele Elektriker nutzen diese Chance, was bedeutet, dass diese Projekte dann nicht mehr zum Sicherheitsfacherrichter kommen, da sie im Vorfeld bereits abgedeckt worden sind.“

Auswahl durch den Hersteller

Die Konkurrenzsituation stellt sich aber nicht nur für den Errichter, sondern auch für den Hersteller. Dieser muss sich überlegen, über wen und in welcher Bandbreite er seine Systeme vertreiben möchte. Während einige Firmen ihre Produkte quasi flächendeckend über möglichst viele Errichter zum Endkunden transportieren, verfolgt Atral eine andere Strategie. Um das Beispiel der Kampagne „Nicht bei mir“ noch einmal aufzugreifen: Von den 1 800 Errichtern und Händlern, die mit Produkten des Unternehmens arbeiten, nehmen 130 an der Kampagne teil. Dass es sich hierbei um eine vergleichsweise kleine Gruppe handelt, liegt an der Philosophie von Atral, möglichst nur Errichter auszuwählen, die über eine gewisse Erfahrung im Umgang mit den Produkten verfügen. Paatsch: „Bei der Frage, welcher Errichter von uns für die Kampagne gewonnen werden sollte, haben wir diejenigen selektiert, die sich mit unseren Systemen nur gelegentlich befassen („Einzeltäter“) oder die viel Erfahrung haben. Diese Auswahl gehört mit zur Qualitätssicherung.“ Für Unmut sorgt bei diesen Fachrichtern indes, dass sie in der Datenbank nicht unbedingt von anderen Händlern, die Sicherheitstechnik nur am Rande betreuen, zu unterscheiden sind. „Seriöse Beratung ist ungeheuer wichtig. Gerät der Kunde nicht an einen Fachmann und wird schlecht beraten oder stellt hinterher fest, dass das System nicht seinen Wünschen entspricht, verliert dieser möglicherweise das Vertrauen in den Nutzen einer EMA oder in den Errichter“, so Paatsch.

Innovation muss beworben werden

Innovationen auf dem Sicherheitsmarkt, wie das Aufkommen von Funkalarmanlagen oder Entwicklungen in der IT-gestützten Überwachung, verlangen immer wieder, dass der Errichter sich auf diese Neuheiten einstellt, um diese letztendlich dem Kunden weiter zu vermitteln. Die



Bild 2: Die Installation einer Alarmanlage sollte vom Fachmann vorgenommen werden.

Markteinführung von neuen Produkten kann sich gerade dann als schwierig erweisen, wenn die Errichter mit ihrem bisherigen Sortiment gute Geschäfte gemacht haben und sie aus ihrer Sicht daher nicht notwendigerweise auf umfangreiche Neuerungen angewiesen sind.

Es gibt Produkte, die aus Herstellersicht das Verkaufsargument gegenüber dem Errichter stärken können, etwa die VdS Klasse B zertifizierte Funkalarmanlage von Atral. Damit ist dieses System verdrahteten Anlagen derselben VdS-Klasse in bezug auf eine gesicherte Signalübertragung gleichgestellt. Eine gute Qualität hat natürlich ihren Preis, den der Errichter dem Endkunden kommunizieren muss. Bei teureren Produkten ist die Gewinnspanne für den Händler größer, er muss aber auch mehr Werbung machen und die Vorteile gegenüber einem billigeren Produkt herausstellen.

Händler als Marketingprofi

Die Händler müssen heutzutage immer mehr die Rolle eines Marketingmanagers einnehmen, der die Produkte aktiv bewirbt. Eine Entwicklung, die für Errichter mit langer Tradition in der Installation bevorzugter Systeme, etwa verdrahteter, eine nicht unproblematische Umstellung erfordern kann. Bei einem hochsensiblen Thema wie Einbruchschutz, bei dem es um objektive wie subjektive Vermögenswerte geht, reicht der bloße Bezug zur

Technik seitens des Errichters nicht aus. Er muss Verhandlungsgeschick und ein gewisses Einfühlungsvermögen beweisen, ohne dass der Eindruck entsteht, er nutze Ängste des Kunden aus.

Hier ist auch der Hersteller gefordert, durch die Bewerbung seiner Produkte Vertrauen beim Errichter zu schaffen und ihn mit Tipps zu versorgen. Paatsch: „Wir geben gerne Hilfe zur Selbsthilfe. So veranstalten wir Workshops, in denen beispielsweise der Vormittag dem Bereich Werbung gehört. Die andere Hälfte der Zeit ist dem eigentlichen Verkaufsgespräch gewidmet. Das ist ein recht sensibler Punkt, denn die Händler wollen sich nicht unbedingt gegenseitig in die Karten schauen lassen. Eine Frage, die es grundsätzlich zu klären gilt, ist, ob der Verkauf von technischen Merkmalen für den Privatmarkt geeignet ist.“ Dies gilt um so mehr bei neuen Produkten, für die der Errichter und auch der Endkunde erst sensibilisiert werden müssen. Im Bereich der Funkalarmanlagen ist zu beobachten, dass in den letzten Jahren die Absatzmenge in etwa gleich geblieben ist.

Enge Zusammenarbeit ist notwendig

Wichtig für einen optimalen Ablauf der Kette Hersteller-Errichter-Kunde ist eine enge Form der Zusammenarbeit, gerade in der Frage von Fehlalarmen. Laut Errichter

und Hersteller liegt die Falschalarmquote auf Grund technischer Mängel bei unter einem Prozent. 93 Prozent der Falschalarme gehen auf eine Fehlbedienung seitens des Kunden zurück. Eine so geringe Quote setzt aber nicht nur ein zuverlässiges Produkt voraus, sondern auch eine ordentliche Projektierung und die entsprechenden technischen Kenntnisse des zu installierenden Systems.

Um die Händler soweit wie möglich in den technischen Belangen zu unterstützen, bieten Hersteller Schulungen an, in denen die Produkte vorgestellt und technische Einzelheiten erläutert werden. Scheckenbach: „Der heutige Errichter von Sicherheitstechnik arbeitet gerade bei vernetzten Projekten im Video- und Zutrittskontrollbereich mehr mit dem Laptop als mit dem Lötkolben oder Schraubenzieher. Das erfordert eine regelmäßige und gründliche Schulung durch den Hersteller.“ Dieser kann einem Errichter direkt unter die Arme greifen. „Hat ein Errichter ein größeres Projekt, von dem er nicht genau abschätzen kann, ob sein Know-how dafür alleine ausreicht, gehen wir mit zum Kunden und beraten. Das ergibt gleichzeitig eine gute Schulung für die hauseigenen Techniker und Vertriebsleute“, erläutert Paatsch.

Seriosität, Kompetenz und Verhandlungsgeschick sind die Eigenschaften, die ein Facherrichter von EMAs heute mitbringen muss, will er in dem Markt auf Dauer bestehen. Der Hersteller sollte sie durch eine ausgewogene Vertriebspolitik unterstützen, in der sich die Errichter nicht alleine gelassen oder zu großer Konkurrenz ausgesetzt sehen. Keine Frage, es muss für den Einbau eines kleinen Rauchmelders oder einer günstigen EMA nicht gleich der teurere Profi gerufen werden, wenn es der heimische Elektriker genauso gut kann. Die Wahl hat letztendlich der Kunde zu treffen. Hersteller und Händler sollten ihm helfen, nicht den Überblick zu verlieren und vor allem Vertrauen in den Nutzen einer EMA aufzubauen. (HL)

*Lohrer Alarm und Sicherheitstechnik GmbH, Weinheim
Tel.: 06201/94640*

*Atral-Secal GmbH, Weinheim
Tel.: 06201/60050
www.daitem.de*