



SHT



MARKT

Die SHT Haustechnik AG ist der Nr. 1 Partner für Sanitär, Heizung und Installationstechnik. Mit mehr als 3.500 Kunden und einem Warenortiment von über 580.000 Artikeln ist das Unternehmen der führende Großhandelspartner für Installateure in Österreich. Im Jahr 2013 erreichte SHT mit 860 Mitarbeitern in Österreich und der Slowakei einen Jahresumsatz von 307 Millionen Euro. 2012 wurde SHT durch den Kauf zweier Firmen zum drittgrößten Sanitärgrößhändler der Slowakei. In den letzten Jahren überzeugte SHT durch ein konsequent temporeiches Wachstum. Dieser Weg soll in Österreich und im benachbarten Ausland weiter gefestigt und ausgebaut werden.

Der positiven Entwicklung von SHT liegen klare Unternehmensvorteile zugrunde, die ständig ausgebaut und vorangetrieben werden:

- Ein umfassendes und unvergleichliches Produktsortiment
- Ein starkes Servicenetz

- Kundenorientierte, topmoderne IT-Lösungen
- Vorsprung bei der Logistik
- Permanente Innovationen

Mit sechs Logistikzentren, ebenso vielen Verkaufsniederlassungen mit Heizungs- und Energieberatungszentren, 41 ISC-Abholmärkten, elf Bäderparadiesen und einem Heizungsschauraum bietet SHT ihren Kunden einen Service, der begeistert.

ERFOLGE

SHT zeigt, dass man nur durch ständige Veränderungen erfolgreich ist. Die Entwicklung zum Markt-, Leistungs- und Innovationsführer bestätigt diesen Weg eindrucksvoll.

SHT überzeugt mit ihrer Personalarbeit und ist Träger der Zertifikate „Investors in People (IIP)“ und „Staatlich ausgezeichnete Ausbildungsbetrieb“. 2014 erhielt SHT den österreichischen Staatspreis KnewLEDGE. Diese Nachweise bestätigen den Weg der SHT in der Lehrlingsausbildung und spiegeln

die gelebte Ambition, den Teamspirit und die Freude der Mitarbeiter wider, gerne in der SHT zu arbeiten. Zusätzlich ist SHT zweimaliger Gewinner des wichtigsten österreichischen Logistikpreises.

FIRMENGESCHICHTE

- 2005 Erwerb durch Frauenthal Holding AG
- 2007 Expansion in Österreich, Erwerb von Firmen in Tirol und Salzburg
- 2008 Marktführer in Österreich, Investitionen von mehr als 30 Millionen Euro.
- 2010 Ausbau Tirol mit Vertriebs- & Logistikzentrum
- 2012 Akquisition in der Slowakei
- 2013 Ausbau in der Slowakei mit Vertriebs- & Logistikzentrum

Der Relaunch der Marke SHT entstand 2011 aus der Wertschätzung der Tradition und Impulsen für Neues. Ziel war, das Logo optisch besser zur Geltung zu bringen und die Wiedererkennung zu erhöhen. In der neuen Gestaltung verschmelzen die Elemente Schrift und Welle zu einem harmonischen Ganzen.

EIGENMARKEN

Die SHT-Eigenmarken Prisma und SaniMeister überzeugen durch Markenqualität bekannter Lieferanten und durch ein einzigartiges Preis-Leistungs-Verhältnis. Prisma bietet alles für das Traumbad. Kunden wählen aus Produkten in unterschiedlichen Preislagen. Die mehr als 4.000 SaniMeister-Artikel punkten in den Bereichen Installations-, Heizungs- und Lüftungstechnik.

AKTUELLE ENTWICKLUNGEN

Während mySHT, die Branchenplattform von SHT, Maßstäbe in der Online-Kommunikation setzt, revolutioniert myAPP den Geschäftsalltag der Kunden. Im Bereich Logistik überzeugt SHT durch innovative Systeme, die für höchste Präzision sorgen.

MARKETING UND UNTERNEHMENSIDENTITÄT

Bei SHT wird unternehmerische, gesellschaftliche und ökologische Verantwortung gelebt: Strategiekonzepte treiben das Kerngeschäft von SHT sozial, ethisch verantwortlich, umweltverträglich und zugleich ökonomisch voran, ohne dabei den wirtschaftlichen Erfolg zu vernachlässigen. Das SHT Wertesystem – mehr Ambition, mehr Präzision und mehr Fairness – ist perfekt in den Arbeitsalltag der Mitarbeiter integriert. Unter SHT eco werden zahlreiche Initiativen zusammengefasst – wie das



umweltfreundliche Büromittelsortiment, Mülltrennsysteme, Spritsparwettbewerbe, die sparsame Beleuchtung in den Logistikzentren, Photovoltaikanlagen oder der nachhaltige Katalogdruck. Soziale Kompetenz zu zeigen hat bei SHT Tradition. Denn wer wirtschaftlich erfolgreich ist, hat auch Verantwortung für die zu tragen, die Hilfe benötigen. Viel Aufmerksamkeit hat die SHT-Hochwasseraktion erregt. Gemeinsam mit Industriepartnern und Installateurbetrieben brachte diese Aktion unglaubliche 84.000 Euro ein. Das Geld kam Familien und der Stadt Schärding (OÖ) für den Wiederaufbau nach den katastrophalen Überschwemmungen zugute.

MARKENWERT

Der Glaube an die Branche und der kontinuierliche Ausbau der gezielten Serviceleistungen stärken die Marktposition von SHT und vertiefen die Beziehung zum Kunden. Gute strategische Verbindungen und eine ausgeprägte Innovationsbereitschaft helfen, diese Philosophie zu leben. SHT ist immer einen Schritt voraus und denkt bereits heute über Innovationen nach, die für den Installateur in Zukunft interessant sein werden. Dem Kunden ist wichtig, dass er sich in puncto Qualität, Auswahl und Service auf seinen Partner verlassen kann. Die SHT Haustechnik AG erfüllt diese Ansprüche und hat Artikel von über 400 Lieferpartnern aus unterschiedlichen Ländern im Programm und kann so dem Installateur ein breit gefächertes Portfolio bieten. Dank ausgezeichnet sortierter Lager und einer sehr guten Beziehung zu den Lieferanten garantiert SHT rasche Lieferzeiten und umfassende Unterstützung bei ausgefallenen Wünschen.

WAS SIE NOCH NICHT WUSSTEN ...

- EINEN WICHTIGEN STELLENWERT HAT AUCH DIE AUS- UND WEITERBILDUNG UNSERER LEHRLINGE. WÄHREND DER AUSBILDUNGSZEIT WERDEN SHT-LEHRLINGE IN ZAHLREICHEN PROJEKTEN, AKTIV VERANTWORTUNG ZU ÜBERNEHMEN. DABEI WERDEN FÄHIGKEITEN WIE SELBSTORGANISATION, KOMMUNIKATION UND FÜHRUNG ANHAND REALER GESCHÄFTSFÄLLE SEHR PRAXISNAH TRAINIERT UND MIT EXPERTENUNTERSTÜTZUNG REFLEKTERT.

