

SHT



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
 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.

MARKT

Die SHT Haustechnik AG ist der Nr. 1 Partner für Sanitär, Heizung und Installationstechnik. Mit mehr als 3.500 Kunden und einem Warensortiment von rund 700.000 Artikeln

ist das Unternehmen der führende Großhandelspartner für Installateure in Österreich. Im Jahr 2014 erreichte SHT mit 820 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. Als Markt- und Innovationsführer bietet SHT ihren Installateur-Kunden ein Service, das begeistert:

- kundenorientierte, top-moderne eBusiness-Lösungen
- ein umfassendes und unvergleichliches Produktsortiment,
- ein starkes Servicenetz
- Vorsprung bei der Logistik und
- permanente Innovationen

Mit sechs Logistikzentren, ebenso vielen

Verkaufsniederlassungen mit Heizungs- und Energieberatungszentren, 42 ISC-Abholmärkten, elf Bäderparadiesen und zwei Heizungsschauräumen bietet SHT ihren Kunden ein einzigartiges Service.

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. Zusätzlich ist SHT zweimaliger Gewinner des wichtigsten österreichischen Logistikpreises und Teil des bekannten Netzwerkes Leitbetriebe Austria.

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-, Klima- 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 höchste Präzision garantieren. In den Bäderparadiesen sorgt der Mix aus attraktiver Ausstellung, persönlicher Beratung und innovativen Tools für begeisterte Kunden.

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, 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.

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 ERMUTIGT IN ZAHLREICHEN PROJEKTEN AKTIV VERANTWORTUNG ZU ÜBERNEHMEN. DABEI WERDEN SELBSTORGANISATION, KOMMUNIKATION UND FÜHRUNG ANHAND REALER GESCHÄFTSFÄLLE SEHR PRAXISNAH TRAINIERT UND MIT EXPERTENUNTERSTÜTZUNG REFLEKTIERT.

