

■ **Keramag** **Vertriebswegtreue zu locker gesehen?**

Der im Leserbrief von Herrn Mönner (SBZ 20/98) geäußerten Kritik stehen wir einigermaßen ratlos gegenüber. Meinen im Interview gemachten Äußerungen (SBZ 18/98) ist an keiner Stelle weder wörtlich noch tendenziell zu entnehmen, daß es mir „wurscht“ sei, an wen wir unsere Ware verkaufen. Daher kann auch keine Rede davon sein, die Hersteller sähen die Vertriebs-treue „locker“.

Das Gegenteil ist der Fall: Ich habe im Interview eindeutig erklärt, daß wir mit der Präsenz unserer Produkte in Baumärkten (selbstverständlich) nicht einverstanden sind. Und ich habe darauf hingewiesen, daß nahezu alle bekannten Markenhersteller darunter zu leiden haben, daß einzelne Großhändler fachfremde Anbieter beliefern. Außerdem habe ich die juristische Bedeutung von Lieferbegehren aus Sicht des Kartellamts angesprochen, um die rechtlichen Sachzwänge zu verdeutlichen. Vor diesem Hintergrund erscheinen pauschale Unterstellungen und Vorwürfe als ebensowenig begründet wie fair.

Abgesehen davon: Keramag hat sich im Laufe der Jahrzehnte durch vielfältige Initiativen und Aktivitäten immer wieder mit ganzer Kraft erfolgreich für die Stärkung des professionellen Vertriebsweges und seiner Schlagkraft am Markt eingesetzt. Es bedarf eigentlich keiner Erwähnung, daß es auch unter meiner Führung keinerlei Abstriche von diesem zentralen Bestandteil der Unternehmens- und Vertriebspolitik geben wird. Wir werden vielmehr – wie bereits im Interview angekündigt – die Unterstützungsmaßnahmen für unsere Marktpartner vor allem im Vermarktungsbereich weiter ausbauen.

Im Sinne einer Versachlichung der Diskussion bin ich gerne bereit, die grundsätzliche Problematik im Gespräch mit Herrn Mönner zu erörtern. Besonders interessant wäre für uns – wie

sicherlich auch für zahlreiche andere Hersteller – die Entwicklung konkreter, praktikabler und juristisch haltbarer Vorschläge zur Lösung dieses ebenso alten wie leidigen Branchenproblems.

Dr. Georg Wagner
Keramag AG
40878 Ratingen

■ **SBZ 18/98** **Selten, aber nicht fehlerhaft**

Der Einsender o.g. Artikels tat sicherlich gut daran, anonym zu bleiben. Hat er doch mit seinen Ausführungen bewiesen, daß er mit den Inhalten der „Bibel“ der Installateure – dem DVGW Arbeitsblatt G600 (TRGI) – nicht



vertraut ist. Anderenfalls hätte er gewußt, daß der Gas-Hausanschluß von der Gasversorgungsleitung in der Straße bis zur Hauptabsperranlage, die sich in diesem Fall im abgebildeten Übergabeschrank befindet, zu unserem Zuständigkeitsbereich gehört. Die abgebildete Leitung im Übergabeschrank in das Gebäude ist also keine Gas-Hausanschlußleitung, sondern zählt bereits zur privaten Gasinstallation. Auch ist nicht nachvollziehbar, warum der anonyme

Schreiber die Art der Leitungsführung als einen Beitrag für Ihre Rubrik „Gruselkabinett“ für würdig erachtet, verstößt sie doch gegen keine technischen Vorschriften.

Oppenheim
Gas-Versorgungsgesellschaft
Filstal mbH

Herr Oppenheim hat recht, da hätten wir ein wenig genauer hinschauen müssen. Die Art der Hauseinführung ist zwar selten, aber nicht fehlerhaft.

1. Die Ausführung mit verzinktem Stahlrohr ist für die Installation einer frei verlegten Außenleitung statthaft (TRGI '86/96, Abschnitt 3.2.7.1).

2. Die Rohrleitung wird im Bereich der Wanddurchführung mit einem Mantelrohr überspannt. Dies entspricht TRGI '86/96, Abschnitt 3.3.8.6.

3. Eine Hauseinführung mittels einer Hauseinführungskombination oder eines (gas- und wasserdichten) Mantelrohrs wird nach DVGW-Arbeitsblatt G 456/I, Abschnitt



3.2.2 nicht zwingend gefordert. 4. Soweit die Bilder eine Beurteilung zulassen, ist die Gefahr einer mechanischen Beschädigung nicht ersichtlich. Damit wird auch TRGI '86/96, Abschnitt 3.3.2 erfüllt. Ferner darf angenommen werden, daß eine Sonneneinstrahlung auf das kurze Leitungsstück nicht zu einer nennenswerten (technischen problematischen) Druckerhöhung des Gases führt. Soweit zu den Vorschriften. DS

■ **Markenqualität** **Damit Ihr Duschkauf ins Auge geht!**

Diese Werbeaussage des Arbeitskreises Duschatbrennungen (ADA) ist natürlich in der 2. Zeile abgeändert worden, und dies aus berechtigtem Grunde.



Seite aus der ADA-Broschüre

Mit dem leidigen Thema – durch fehlerhafte Lieferungen entstehen dem Handwerk enorme Kosten – bin ich leider auch konfrontiert worden.

Im Mai bestellte ich beim Großhandel eine Lido-Duschatbrennung für ein Mansardenbrausebad als Sonderanfertigung. Die Maße wurden von mir persönlich in das Formular eingetragen und dem Großhandel als Auftrag weitergeleitet. Sage und schreibe 8 Wochen dauerte

die Lieferung dieser Duschabtrennung und war zu meinem Entsetzen auch noch falsch gefertigt worden. Obgleich der Aufkleber auf der Glaswand identisch mit dem Aufmaß im Formular war, wurde die Duschabtrennung (in der Schräge) um 20 mm zu hoch gefertigt. Natürlich war der Kunde darüber verärgert und das zu Recht. Daraufhin wurde eine neue Duschabtrennung hergestellt, und – Schreck laß nach – wieder falsch!!! Seit meiner Bestellung waren nun bereits vier Monate vergangen und immer noch kein Duschvergnügen beim Kunden. Nach weiteren drei Wochen wurde endlich die richtige Duschabtrennung geliefert, seit der Bestellung bis zur korrekten Lieferung zogen einhunderneunundvierzig (149) Tage ins Land.

Die Industrievereinigung Bad-einrichtung (IBE), der ZVSHK, der Deutsche Großhandelsverband Haustechnik (DGH), der Arbeitskreis Duschabtrennungen (ADA), unsere Fachverbän-

de, wir Innungsmitglieder und letztendlich ich als „Primus inter pares“ plädieren für den traditionellen 3stufigen Vertriebsweg, wie lange wohl noch?

In diesem Falle bin ich zutiefst enttäuscht worden. Daß der Kunde dies auch von mir ist, kann ich gut verstehen, schließlich war ich der Auftragnehmer. Selbstverständlich habe ich diesen Mehraufwand dem Großhändler in Rechnung gestellt. Selbstverständlich werde ich auch n i e mehr eine Duschabtrennung des genannten Herstellers kaufen oder gar einem Kunden empfehlen. Was trotzdem bleibt ist die Verärgerung dieses Kunden.

Wir brauchen uns nicht zu wundern, wenn immer mehr kaufwillige Kunden die Billigware im Baumarkt vorziehen, denn „Marken brauchen Argumente“. Die Trumpfkarte „preiswerter . . . besser . . . rascher“ sticht hier nicht mehr!

**Obermeister
Hary-Veit Germann
83313 Siegsdorf**

■ **Kompakt**

Moderne Knäuelinstallation

Als eifriger Leser Ihrer SBZ-Zeitschrift möchten wir Ihnen heute einen Beitrag für die Schmunzelecke zukommen lassen. Anbei erhalten Sie ein

Bild von einer „modernen Sanitärinstallation in einem öffentlichen Gebäude“.

**Norbert Kuhn
74746 Höpfigen**

