



45 000 Besucher auf der 11. SHK Hamburg

Branchentreff an der Waterkant

Im Reigen der Regional-messen befriedigt die nord-deutsche SHK den Wissensdurst der Fachwelt aus den vier nördlichen Bundesländern Bremen, Hamburg, Niedersachsen und Schleswig-Holstein. Auch diesmal galt es vorrangig Kontakte zu pflegen – denn die meisten Hersteller bringen ihre nächsten großen Produktinnovationen erst zur nächsten ISH im März 1999.

Mit fast 45 000 gemeldeten Besuchern blieb die diesjährige SHK Hamburg, die vom 18. bis 21. November in der Hansestadt stattfand, hinter dem 96er Ergebnis von 47 000 Besuchern zurück. Wie schon vor zwei Jahren hatte die Messe leichte Anlaufschwierigkeiten. Während sich die Hallen am ersten Tag recht übersichtlich präsentierten und auf den Ständen viel Zeit für ausführliche Gespräche war, füllte sich das Messegelände an den drei folgenden Tagen zunehmend. So zeigten sich die überwiegende Mehrheit der 600 Aussteller aus 20 Ländern am Ende der Veranstaltung insgesamt auch recht zufrieden mit dem Messerverlauf.



Eröffneten die Hamburger Messe: Albert Vogler, Karl-Fritz GertjejanBen, Karl Schlüter und Wilfried Sander und nahmen bei der Eröffnung Bremens Senatspräsident Dr. Henning Scherf in die Mitte

Im Gegensatz zu anderen Regionalmessen, stellte kaum einer die Berechtigung des Fachforums für die nördlichen Bundesländer in Frage.

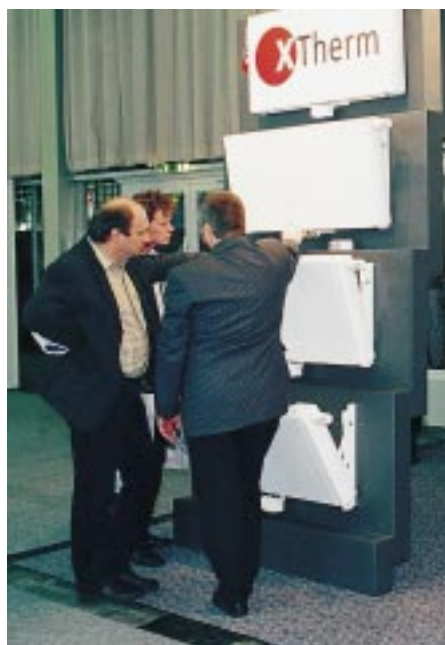
Bezüglich der Vorstellung wirklich neuer Produkte hatten die Hamburger diesmal nicht nur unter der bald stattfindenden ISH zu leiden, sondern standen auch im Schatten der kurz zuvor im Oktober zu Ende gegangenen SHKG Leipzig. Denn entweder



Neue Materialien, Design und Elektronik waren Themen der Sanitärmeile

stellten die meisten Hersteller ihre neuen Modelle schon im Osten vor oder sie warten mit ihren Highlights bis Frankfurt. Hauptsächlich als Generalprobe für die große internationale Branchenmesse waren einige neue Modelle – häufig halbfertige

Prototypen – allerdings doch schon zu sehen. Aber eher im Hintergrund der Präsentation und nur um die Reaktionen eines ausgewählten Fachpublikums im Vorfeld von Frankfurt zu testen.



Eine echte Innovation und der eigentliche Messehit war der neue Kermi-Heizkörper Xtherm, den man zu Reinigungszwecken von der Wand abkippen kann

Das Hauptaugenmerk der Fachbesucher richtete sich vor allem auf Heizungstechnik und -systeme (55 Prozent), Sanitärtechnik (53 Prozent), Lüftungs- und Klimatechnik (28 Prozent), Klempnertechnik (27 Prozent) sowie Werkzeuge und Werkstatteinrichtun-

gen mit 33 Prozent (Mehrfachnennungen). Auf der „Sanitärmeile“ sah man zahlreiche elektronische Armaturen und Designstücke. Außerdem standen neue und hochwertige Materialien sowie Whirlpools und Dampfduschen im Mittelpunkt der Standpräsentationen. Gefragt waren nach einer Auswertung der Messengesellschaft vor allem Produkte im oberen Segment, während das Interesse an der mittleren Preislage stagnierte. Bei der Heizungstechnik galt die Nachfrage besonders der Brennwerttechnik, Blockheizkraftwerken sowie der Regelungstechnik. Zunehmendes Interesse bestand auch an modernen Regenwasseranlagen sowie an der Solartechnik. Gerade bei letzterer sind vor allem Kombianlagen, die sowohl für Solarenergie als auch für andere Energiearten geeignet sind, im Kommen. Allgemein verlagerte sich die Aufmerksamkeit als Folge einer schwächer gewordenen Neubaukonjunktur auf die Altbauanierung. Das deckte sich mit den Angaben der Privatbesucher. Bei ihren geplanten Renovierungsarbeiten stand der Bad- und Sanitärbereich mit 63 Prozent an erster Stelle, gefolgt von dem Wunsch nach einer neuen energiesparenden und emissionsarmen Heizungsanlage mit 43 Prozent.

„Badausstattungen und die Energieberatung für den Fachhandwerker sowie Bauherren und andere Privatbesucher standen im Mittelpunkt des Interesses“, betonte auch der Hamburger LIM und Vorsitzende des Messebeirats Wilfried Sander. „Die Stimmung war deutlich besser als aufgrund der allgemeinen Konjunkturlage erwartet“, konstatierte er zufrieden. Auch das Angebot des



Mit Informationen, einer Tombola und dem SHK-Bingo zog der Gemeinschaftsstand der vier norddeutschen Fachverbände die Besucher in seinen Bann



Dieser „nette“ Schornsteinfeger begrüßte die Besucher am Stand der schwarzen Zunft



Fester Bestandteil des Duscholux-Auftritts: Diese Band lockert die Messeatmosphäre gekonnt auf und sorgt für gute Stimmung



Stets lange Schlangen: Mittlerweile verfügt Mepa auch über eine der bekanntesten Waffelbuden Deutschlands

Gemeinschaftsstandes der vier Landesfachverbände Hamburg, Bremen, Niedersachsen und Schleswig-Holstein lag voll im Trend. Unter dem weithin sichtbaren, schon traditionellen Regenbogen gab es Infos über Solartechnik, Fördermöglichkeiten, den Weg zum Gewässerschutz-Fachbetrieb sowie die Sicherheit und Überprüfung von Gasleitungen bzw. die Haftung von ausführenden Betrieben. Zudem organisierte das Handwerk die Sonderschauen „Kupferschmiede“, „Klempnertechnik“ sowie „Kachelofen und Luftheizung“.

Starker Aufklärungsbedarf der Verbraucher zeigte sich vor allem in der Informationsschau „Gas – ganz sicher“, die von den Innungen gezeigt wurde. Große Beachtung fand naturgemäß die Beteiligung der neuen Facility Management Hamburg AG, der für die Bundesrepublik bisher einmalige Zusammenschluß mittelständischer Hand-

Versuch der Endverbraucheransprache gescheitert

Also alles Friede, Freude, Eierkuchen im hohen Norden? Mitnichten, im Bereich privater Bauherren, Eigentümer und Mieter hätte es wesentlich besser laufen können, wenn die Verantwortlichen nur die Werbetrummel etwas lauter gerührt hätten. Zwar



Zufriedene Gesichter bei den Ausstellern: (v. l.), Heinz Rutishausser, Karl Spachmann, Egon Renford-Sasse (Alle Geberit) und Dr. Claus-Peter Fritz (Hansgrohe)

meldeten die Veranstalter mit 15 Prozent Privatbesuchern stolz um 2 Prozentpunkte höhere Zahlen gegenüber der Vorgängermesse und lagen mit dieser Tendenz ganz im Interesse der ganzen Branche, die gerne näher an den Endkunden ran möchte. Doch ging der sogenannte verbraucherfreundliche lange Donnerstag ebenso in die Hose, wie die schon erfolglosen Bemühungen der SHKG in Leipzig. Kein Wunder, sprachen doch während der Messezeit in ganz Hamburg weder Rundfunk- oder Fernsehspots, Plakate, Anzeigen noch andere Marketing-

maßnahmen die Endkunden gezielt auf diese riesige Fachausstellung an. Wenn selbst Taxifahrer fragen, um was es derzeit in den Messehallen geht, spricht das eher für eine introvertierte Öffentlichkeitsarbeit. Erschwerend kam hinzu, daß es sich die Veranstalter nicht nehmen ließen, auch am Donnerstagabend von Endkunden, die sich nach Feierabend noch für 2 oder 3 Stunden zur Messe bemühten, den vollen Eintrittspreis von 20 Mark zu verlangen.

Dementsprechend sahen dann am Donnerstagabend allerdings auch die Hallen aus. Treffendes Beispiel: Ein offensichtlich vom bis dahin abgereisten Fachpublikum gestreßtes Standpersonal saß in leeren Hallen die Zeit ab und vertrieb sich die Zeit mit Kartenspielen. Will man hier in Puncto öffentliches Interesse auch nur annähernd gegen den Rang einer CeBIT, IAA oder internationalen Funkausstellung erreichen, muß man sich wohl noch einiges einfallen lassen oder die SHK Hamburg als reine Fachausstellung belassen. Aber bis zur nächsten norddeutschen SHK-Fachausstellung, die vom 22. bis 25. November 2000 wieder auf dem Hamburger Messegelände veranstaltet wird, ist ja noch einige Zeit.

UM