

24 Ausgaben in Kürze

SBZ-Branchenfokus

Oft totgesagt, gibt's den dreistufigen Vertriebsweg Ende 1997 immer noch. Allerdings weicht seine klare Aufgabenteilung zwischen Industrie, Großhandel und Handwerk zunehmend komplexeren Strukturen. Im Würgegriff von Wirtschaftsflaute und branchenfremden Vertriebssystemen entstanden im Kampf um den Kunden neue Allianzen und ehemalige Marktpartner machten sich plötzlich Konkurrenz. Unsere kompakte Zusammenfassung der 97er Ereignisse läßt die Entwicklung noch einmal Revue passieren.



Einen unfairen Wettbewerb, bei dem SHK-Handwerksunternehmen von Handel, Industrie, öffentlicher Hand sowie ausländischen Unternehmen immer stärker in die Zange genommen werden und der dreistufige Vertriebsweg zunehmend unter Druck gerät, prangerte **ZVSHK-Präsident Heinz-Dieter Heidemann** in seiner SBZ-Neujahrsansprache an. Die unfaire Konkurrenz und eine auf Sparflamme köchelnde Baukonjunktur führten zu einem dramatischen Preiskampf, der bei den meisten der 47 000 Handwerksunternehmen Umsatz- und Ertragseinbußen verursachte. Um den Konjunkturmotor Handwerk wieder auf Touren zu bringen, forderte Heidemann deutliche Signale von der Steuer- und Abgabenpolitik. An die angeschlossenen Betriebe innerhalb der eigenen Reihen richtete sich sein Rat, noch aktiver zu vermarkten, sich in neuen Geschäftsfeldern zu engagieren, die Serviceangebote des Verbandes zu nutzen sowie sich durch Kundennähe, umfassende Fachkenntnis und individuelle Problemlösungen zu profilieren.

Heiße Eisen waren auch Gegenstand der Berichterstattung über die **Bundesfachgruppensitzung Heizungs- und Klimatechnik** in SBZ 1/97: Ebenso wie Konzerne, machen EVU's dem Heizungsbauer beim Thema Wärmelieferung zunehmend Konkurrenz und übernehmen gezielt Handwerksbetriebe zur

Zusammenlegung der Gewerke Sanitär und Heizung auch noch in zwei Lager. Verband gegen Verband, Betrieb gegen Betrieb, Fachmann gegen Fachmann und Bildungsstätte gegen Bildungsstätte argumentierten Pro und Kontra. Auch die SBZ-Leser beteiligten sich mit über 200 Zuschriften daran. 78 Pro-



Baumärkte, Handel, Industrie, Großkonzerne, EVU's sowie ausländische Unternehmen nehmen SHK-Handwerksbetriebe immer stärker in die Zange

Abrundung ihrer Leistungspalette. Außerdem bieten immer mehr Baumärkte ungeachtet rechtlicher Einschränkungen Endverbrauchern Heizungen zum Selbsteinbau an. Baumarktpreise, die bis zu 30 Prozent unter Großhandelsniveau lagen, zeigten, daß das Handwerk schon beim Einkauf auf der Verliererseite steht.

Als gäbe es extern nicht genug Probleme, spaltete sich die Branche bei der Diskussion um die

zent sprachen sich – hauptsächlich um den Kundenwünschen nach Haustechnik aus einer Hand zu entsprechen – für eine Zusammenlegung aus und hatten auch gleich die richtige Berufsbezeichnung parat. Den Gegenpol bildete Baden-Württembergs Landesinnungsmeister Erwin Weller der sich in seinem Inter-

Die SBZ meldet

- Industrievereinigung Bad-einrichtung (IBE) gegründet
- Der neue Viessmann-Forschungsleiter heißt Dr. Behrouz Ahmadi
- Peter von der Lippe wird neuer Vertriebsdirektor von Villeroy & Boch
- Dr. Rüdiger Frank bei Buderus ausgeschieden
- Dieter Clausing von KME geht in den Ruhestand
- Gerhard Caller neuer Vertriebsleiter von Pneumatex
- Dr. Eckhard Keill übernimmt die Hüppe-Gesamtgeschäftsführung
- Grünbeck führt 39,5-Stunden-Woche ein
- EWFE in Konkurs
- DSI korrigiert Statement zu Bäderwelt-Konzept
- Simplex Wilfer übernimmt Mehrheitsanteile von Rossweiner
- 50 Jahre Fachverband Bayern
- 100 Jahre SHK-Innung Karlsruhe

view in SBZ 2/97 zugunsten der Qualität der ausgeführten Arbeiten gegen die Zusammenlegung aussprach. Teileinträge und die entsprechende Zusatzausbildung im anderen Gewerk würden den Kunden Haustechnik aus einer Hand ohne Qualitätsverlust bieten.



Auch im Februar war die Branchendiskussion von der **Zusammenlegung der Gewerke Sanitär und Heizung** geprägt. ZVSHK-Bildungsexperte Josef Kulla beantwortete in der SBZ offene Fragen und zeigte neue Aspekte der

gen wie auch den Unternehmen zugute kommen. Konkret schlägt Kulla für die zukünftigen Ausbildungsgänge im letzten Lehrjahr sowie bei der fachspezifischen Ausbildung für den Teil 2 der Meisterprüfung im Sanitär- und Heizungshandwerk jeweils eine Spezialisierung auf Sanitär, Heizung oder Klima, mit anschließendem Abschluß in der gewählten Fachrichtung, vor.

Mit deutlichen Worten zu Markt, Branche und Unternehmenspolitik äußerte sich Duscholux-Geschäftsführer Wolfgang Göck im Rahmen eines ausführlichen Interviews in SBZ 3/97. Hintergrund waren nach seiner Auffassung pauschale und sachlich unbegründete Attacken aufgrund der **Duscholux-Produktpräsenz in Bäderwelt-Verkaufsräumen**. Man sei nicht bereit, stellvertretend für alle dort vertretenen namhaften Markenartikler, die Rolle des Prügelknaben zu übernehmen oder dem Handwerk als Blitzableiter zu dienen. Schließlich würde sich sein Unternehmen traditionell stark um die



Duscholux-Geschäftsführer Wolfgang Göck weigert sich, der Branche als Prügelknabe in Sachen Bäderwelt zu dienen

Berufsbildung auf. Abgespeckte und praxisorientiertere Gesellenprüfungen würden in diesem Zusammenhang sowohl Lehrlin-

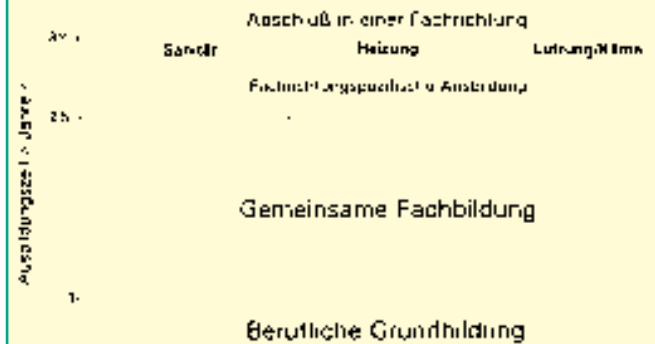
men oder dem Handwerk als Blitzableiter zu dienen. Schließlich würde sich sein Unternehmen traditionell stark um die

Die SBZ meldet

- Dr. Wilhelm Isenburg vom BV Lagerbehälter gestorben
- Neues Management beim Nürnberger Bund
- Hansgrohe kauft französische Sanitärfirma Zenio und stellt Edelstahlarmatur vor
- Dr. Alexander Kantner neuer Vorstandsvorsitzender bei Jado
- Berlins Obermeister Hubert Minter erhält das Bundesverdienstkreuz
- Buderus bestellt Ulrich Staudinger zum stellvertre-

- tenden Vertriebsgeschäftsführer
- Ideal Standard hat mit Clemens Deventer einen neuen Marketing- und Vertriebsdirektor
- Heizkörperhersteller Aluplan meldet Umsatzplus von 45 Prozent
- Neue Online-Lieferantendatenbank vom Verein Haus-technik im Internet e.V.
- Oellieferant Veba übernimmt Sparte Wärmetechnik von Raab Karcher

Strukturentwurf einer Erstausbildung im Sanitär- und Heizungshandwerk



In seinen Strukturentwürfen zur Gesellen- und Meisterprüfung im Sanitär- und Heizungshandwerk schlägt Josef Kulla im fachspezifischen Teil einen Abschluß in der gewählten Fachrichtung vor

Handwerksförderung kümmern und sich nicht nur mit den Lippen zum klassischen Vertriebsweg bekennen.

Voll für eine Partnerschaft im traditionellen Vertriebsweg sprachen sich auch die **S.I.M.B.A.'s** bei ihrer dritten Hauptversammlung aus. Von einer kleinen eingeschworenen Gemeinschaft haben sich die agilen Sanitärinstallateure mit Bad zu einem beachtlichen Zusammenschluß aus über 100 Unternehmen mit 18 000 m² Ausstellungsfläche, über 2000 Mitarbeitern und einem jährlichen Materialbedarf von rund 180 Millionen DM entwickelt. In SBZ 3/97 neu vor-



Wie weit die Löwen mit ihren oft unkonventionellen Lösungsansätzen gekommen sind, präsentierte die SBZ 3/97

gestellt wurden die Partnerschaft mit der GC-Gruppe, neue Industriemitglieder, Exklusivprodukte und -seminare, ein Finanzierungssystem, Planungs- und Marketingmittel sowie Rahmenabschlüsse für den Betriebsmitteleinkauf der angeschlossenen Betriebe.



Mit insgesamt rund 500 Seiten glichen die beiden ISH-Ausgaben SBZ 5 und 6/97 äußerlich eher Lexikas als Fachzeitschriften. Allein die **Marktübersicht aller im deutschen Markt zu ordernden Keramik-Badserien** mit ausführlichem Einzelbeschreibung, Abbildungen, Preis- und Farbübersicht sowie die Serienwechsel seit der letzten ISH nahmen fast 140 Seiten in Beschlag. Ein herausnehmbares dreiseitiges Poster zeigt dem Badpraktiker auf einen Blick, welche der 73 Serien von 8 Herstellern in welcher Farbe erhältlich ist. Außerdem bietet ein übersichtliches Balkendiagramm gleich eine Zuordnung zur Preiskategorie. Ein Sei-



Moderne Badplanungssoftware ermöglicht photorealistische Darstellungen

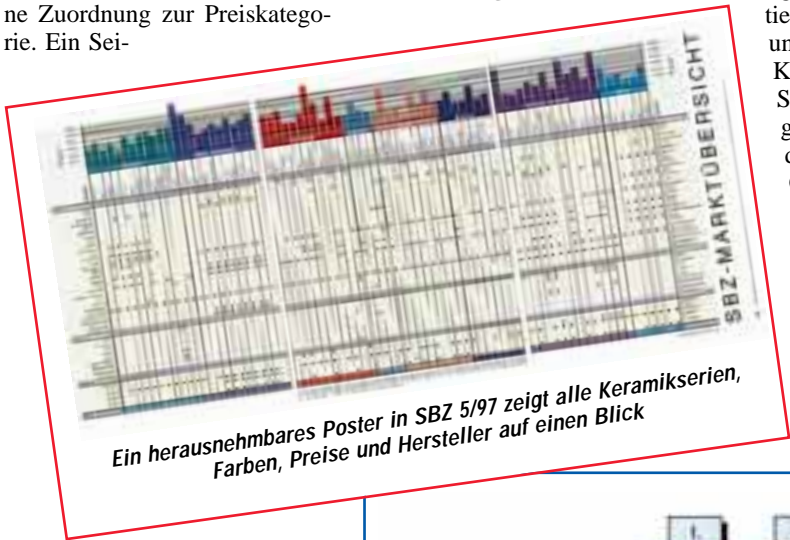
tenverweis zeigt den Weg zum ausführlichen Beschrieb der jeweiligen Serie mit Milieu- und Detailabbildungen sowie einer Infobox über die zur Kollektion gehörigen Einzelteile. **Die VDS-Studie „Die Bad-Renovierung/-Sanierung in Konkurrenz zu anderen Ausgabeentscheidungen**

privater Haushalte“ in SBZ 6/97 verdeutlichte erstmals, wann Verbraucher bereit sind, etwas für ihr Bad zu tun und dafür eventuell auf andere Ausgaben, wie Reisen, Hausanstrich, Autos, Teppiche, Reisen, ein neues Dach oder andere Baumaßnahmen verzichten. Wenige Seiten weiter interpretierte der VDS-Vorsitzende und Duravit-Chef Franz Kook die Ergebnisse der Studie und zog Schlußfolgerungen für die Branche daraus. Weil die Leute ihr Geld nur einmal ausgeben können, müsse man gegen andere Geldausgabemöglichkeiten ankämpfen. Sein Fazit lautet deshalb: „Verkaufen, verkaufen und nochmal verkaufen“. Dazu können auch die

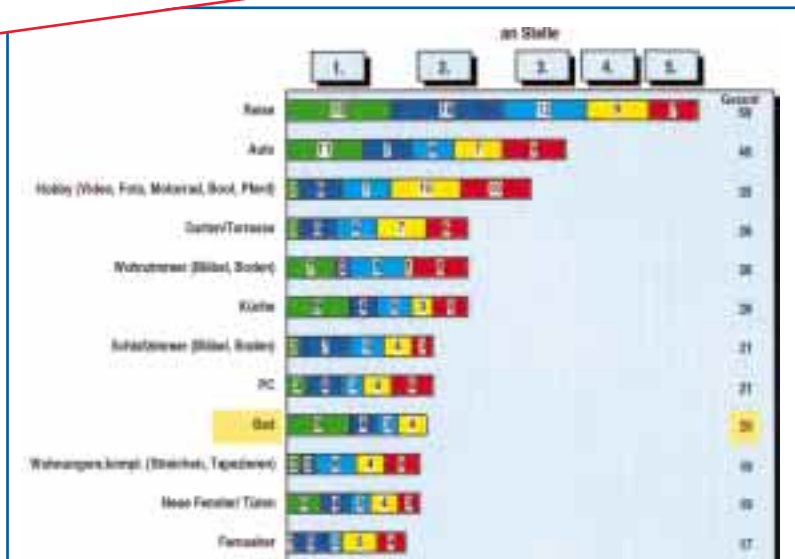
Die SBZ meldet

- Erwin Weller wird 60
- Dirk Lückemann als neuer Geschäftsführer bei Schell für Marketing und Vertrieb zuständig
- Dr. Georg Wagner übernimmt Keramag-Marketing von Margrit Wieduwilt
- Stern diffamiert Handwerker als „Räuber in Latzhosen“
- Sendung mit der Maus fragt SBZ: „Warum steht 00 auf der Klotür?“
- Friatec übernimmt Mero
- Bundeswirtschaftsminister will Klempnerhandwerk streichen
- Heizöl als krebsverdächtig eingestuft
- Roth übernimmt Lintech A/S

acht Softwareprogramme beitragen, die pünktlich zur ISH auf dem Markt sind und allesamt eine Badplanung unter Windows ermöglichen. Tabellarisch beschreibt die **SBZ-Marktübersicht „Badplanungssoftware für Windows“** die Produkte der einzelnen Anbieter mit Preis, Systemvoraussetzungen, Programmmöglichkeiten, verarbeitbaren Dateiformaten, Kompatibilität und weiteren Merkmalen. Ein begleitender Artikel gibt Tips, wie man die richtige Software findet und welche Software bzw. Hardware für die betriebliche Praxis sinnvoll ist.



Ein herausnehmbares Poster in SBZ 5/97 zeigt alle Keramikserien, Farben, Preise und Hersteller auf einen Blick



Die Badrenovierung steht im Wettbewerb zu anderen Ausgabeentscheidungen. Wann Kunden bereit sind, wieviel für was auszugeben, zeigt die VDS-Studie in SBZ 6/97



Vordergründig schien bei der diesjährigen ISH alles in Ordnung. Aber bei genauerer Betrachtung stimmten einige Dinge nachdenklich. Preissenkungen und neue Billigprodukte sollten auf die Baumarktpreis-Diskussion antworten. Falsch vermarktet, sinken damit allerdings die Deckungsbeiträge von Handel und Handwerk noch weiter in den Keller. Wohl aus Angst vor Großhandelsrepressalien trauten sich die Hersteller – trotz schon fast gebetsmühlenartiger Forderung des Handwerks – immer noch nicht, ihre Preise in die Kataloge einzudrucken und leisteten damit Quereinsteigern Schüt-

Die SBZ meldet

- Ulrich Busch neuer Geschäftsführer bei GEA LKH Service
- Wolfgang Molitor von Keramag wird 60
- MAN Brennertechnik übernimmt EWFE
- Doughty Hanson & Co. erwirbt Geberit-Anteile
- Rainer Hinkes wechselt von Markt Intern zur Industrievereinigung Badeinrichtung (IBE)
- Wolf kauft das französische Heiztechnik-Unternehmen Chaffoteaux
- Buderus übernimmt Solar Diamant
- Brötje kooperiert mit Manesmann Haustechnik
- Bundesfachschule Karlsruhe richtet Akademie für handwerkliche Berufe ein
- Trinkwasserqualität in Sachsen und Thüringen stark verbessert

zenhilfe. Bei den Produkten standen keine weltverändernden Neuigkeiten im Mittelpunkt, sondern Weiterentwicklungen und Modifizierungen. Allerdings in solcher Vielzahl, daß es für den einzelnen Fachmann schier unmöglich war, sich umfassend zu informieren. Damit den SBZ-Lesern dennoch nichts

entgeht, bildete die ISH-Nachlese ab den April-Heften einen Schwerpunkt der SBZ-Ausgaben. Kundenansprache ohne Wenn und Aber bieten 14 Innungen aus dem „Bäderwelt-Dunstreis“ und fünf regionale Großhändler mit ihrem in SBZ 7/97 vorgestellten **Bädermacher-Katalog**.

Das 112 Seiten starke, farbige Druckwerk beinhaltet ausschließlich Markenartikel von 40 deutschen Sanitärherstellern. Erstmals konnten sich damit die Partner aller drei Vertriebsstufen dazu durchringen, einen firmenübergreifenden, mit unverbindlichen Preisempfehlungen versehenen Endverbraucherkatalog zu drucken. Endverbraucherwerbung mit Preisen und Markenprodukten gab's auch in Bremen. Allerdings nicht vom dortigen Handwerk, sondern durch das regionale EVU. Gegen den massiven Widerstand von Handwerk und Politik beteiligte sich das Versorgungsunternehmen an einer Gesell-



Mit beiden Beinen auf dem Boden der Realität, präsentierte sich die Branche auf der diesjährigen ISH

schaft zum Verkauf sowie zur Installation und Wartung von Heizgeräten. Weitere Leistungen sind 24-Stunden-Notdienst, Ratenkauf und kostenloser Ersatzteilservice bis 1000 DM. Da-



Durch die Bäderweltaktivitäten aufgerüttelt, entwickelten 5 Großhändler und 14 Innungen den Bädermacher-Katalog

mit befanden sich die **Bremer Stadtwerke im direkten Wettbewerb zum örtlichen SHK-Handwerk** und können theoretisch auch noch dessen Kundendaten nutzen sowie den Preis durch Gewinne beim Gasgeschäft subventionieren.

BREMER HEIZEN BEQUEMER mit ThermoKomfort

FÜNF BEZÜGE:

- 1. Zuverlässigkeit von Anlagen und Komponenten
- 2. Hohe Qualität der Geräte
- 3. Hohe Qualität der Montage
- 4. 24 Stunden Service
- 5. Alle in Preisvergleich über 10 Jahre bei geringsten Anschaffungskosten

DIE ÜBERDIE WARTUNG:

1. Einmalige Kosten für die Installation der Anlage

2. Einmalige Kosten für die Montage der Anlage

3. Einmalige Kosten für die Montage der Anlage

4. Einmalige Kosten für die Montage der Anlage

5. Einmalige Kosten für die Montage der Anlage

ThermoKomfort

Lieferung, Montage, Wartung, Notdienst mit kostenlosem Teileersatz und Finanzierung der Heizungsanlage – alles über den Ansprechpartner Stadtwerke