



Premiere auf der SHK-Essen: Die Handwerkermarke ist bei zehn Herstellern ins Rollen gekommen



Handwerkermarken-Premiere auf der SHK Essen

Zehn Hersteller zeigten Flagge

Derzeit beteiligen sich zehn Hersteller aus der Sanitär- und Heizungsbranche an der Marketing-Initiative „Handwerkermarke“. Ein Rundgang über die Messe SHK in Essen zeigte, daß die beteiligten Unternehmen es damit ernst meinen.

Das Thema Handwerkermarke macht nicht nur von sich reden, das Logo etabliert sich auch zunehmend als sichtbares Qualitätsmerkmal – den Auftakt gab die Messe SHK in Essen (22.–26. 2). Im Herbst '99 hatte der ZVSHK die Initiative, das Logo und die damals noch acht Firmen offiziell vorgestellt. Der Branchentreff in Essen war die erste Plattform, auf der mittlerweile zehn Firmen und der SHK-

Fachverband NRW auf die Handwerkermarke aufmerksam machten. Erste Marketingkonzepte zeigten Profil.

Duravit: Das Bekenntnis zur Handwerkermarke hatte auf der SHK Essen bei allen zehn Firmen ein einheitliches Erscheinungsbild – so war auch bei Duravit ein zwei Meter hohes Transparent mit der Aufschrift „Wir bringen die Handwerkermarke ins Rollen“ aufgestellt. Zusätzliche Produktkennzeichnungen mit dem roten Logo sind aber nicht vorgesehen. Franz

Kook: „Für uns ist die Kommunikation, was die Handwerkermarke bedeutet, das wichtigste. Jeder unserer etwa 100 Personen im Innen- und Außendienst, der mit Kunden in Kontakt steht, weiß mittlerweile genau, was hinter der Idee steht und kann dies vermitteln. Das hinzubekommen war uns in den letzten Monaten unter anderem besonders wichtig.“

Die Handwerkermarke findet sich bereits in den Hersteller-Prospekten wieder



Duscholux: Das Thema Handwerkermarke wird von Duscholux in Info- und Schulungsveranstaltungen sowie den Messeauftritten kommuniziert. In einer geplanten Aussendung an über 30 000 SHK-Betriebe wird das Bekenntnis zur Handwerkermarke klar zu erkennen sein. Bei einem Neudruck von Produkt- und Planungsunterlagen sowie Preislisten wird man das neue Logo entsprechend integrieren.

Hansa: „Nicht kleckern – klotzen“ hätte das Motto beim Stuttgarter Armaturenhersteller lauten können. Eine große Plakatwand, auffallende Kleber und ein Neuheitenblatt zur SHK-Messe zeigten eindeutig Flagge für die Handwerkermarke. Vertriebsleiter Ingo Traskalik: „Für unsere Vermarktungsideen kam die Handwerkermarke gerade recht, so daß wir von Anfang an dabei waren. Wir stehen voll und ganz dahinter und wollen über Innungen, Fachverbände und Mailings so viel wie möglich für diese Mehrwert-Idee tun.“

Hoesch: Beim Dürener Wannenhersteller Hoesch mangelte es nicht an Hinweisen für die Handwerkermarke. Was auf der Messe öffentlichkeitswirksam realisiert wurde, wird im Laufe des Jahres dann auch auf Preislisten, Produktinformationen und Internetseiten seinen Aus-

druck finden. Hinzu kommt ein Mailing an rund 2500 SHK-Einzelhändler. Die Verpackung einer Wanne wird nicht nur den Hoesch-Schriftzug tragen, sondern auch mit dem Logo gekennzeichnet werden. André Vetter: „Unsere Produkte unmittelbar mit dem Logo zu kennzeichnen, sehen wir derzeit nicht als sinnvoll an. Die Logistik unterscheidet in der Lagerhaltung nämlich nicht zwischen Inland und Export – und ein Kunde in Neuseeland soll nicht darüber rätseln müssen, was die Handwerkermarke zu bedeuten hat.“ Ein Problem übrigens, daß mehrere Hersteller großer Sanitärteile anführten.

Hüppe: Auch beim Bad Zwischenahner Hersteller für Duschsysteme waren Transparente, Informationen und Infokarten zur Handwerkermarke präsent. Kataloge und Kundeninformationen enthielten auf der Messe noch keinen Hinweis auf den neuen Marketingauftritt, doch die firmeninterne Projektgruppe arbeitet daran, daß dies in Kürze erfolgen kann. Im Internetauftritt wird bereits die Handwerkermarke publik gemacht. Ein Mailing für mehr als 30 000

Adressen ist in Vorbereitung. Derzeit berät man darüber, wie nicht nur die Verpackung, sondern auch das Endprodukt mit der Handwerkermarke etikettiert werden kann.

Oras: Der Messestand beim skandinavischen Hersteller Oras mit Deutschlandsitz in Iserlohn legte ein klares Bekenntnis ab: Das Leistungskonzept der Handwerkermarke mit seiner prompten Ersatzteillieferung samt 10jähriger Nachkaufgarantie, das diese Kriterien beispielsweise ausdrücklich herausstellt, liegt auf gleicher Wellenlänge mit dem Armaturenhersteller. Man sieht sich permanent dem Vergleich mit der Billigware im Baumarkt ausgesetzt und sieht jetzt endlich die Möglichkeit, die höherwertigen Leistungen rund um ein Oras-Produkt noch besser kommunizieren zu können.

Oventrop: Der Armaturenhersteller aus Olsberg war unter den Ersten, die nicht nur Preis- und Produktinformationen in Sachen Handwerkermarke modifizierten, auch die Verpackungen bei-

spielsweise für Thermostatventile sind nun deutlich mit dem zusätzlichen Logo gekennzeichnet. Ein Mailing an 65 000 Bauhandwerker wird zudem die Bedeutung der Handwerkermarke kommunizieren.

Reflex: Die Ausdehnungsgefäße von Winkelmann + Pannhoff sollen in Zukunft durch die Handwerkermarke klar zum Ausdruck bringen, daß sie sich von der Billigware durch ein deutliches Plus an Leistung absetzen. Entsprechend werden bereits die Produktunterlagen und die Verpackungen mit dem Handwerker-Logo beschriftet. Dreimal jährlich erscheint die Hauszeitung Reflex-Report, in der der Fachhandwerker in Zukunft regelmäßig Informationen zur Handwerkermarke erhalten wird.

Roth: Das Ja-Wort haben die Roth-Werke in Dautphetal und Bischofswerda erst zu Beginn des Jahres gegeben. Dennoch zeigten erste Produktinformationen zu Öltanks und Heizungsrohren ein klares Bekenntnis zur Handwerkermarke. Vom Außendienst bis hin zum Internet-Auftritt wird nun kommuniziert, welche Bedeutung und welches Leistungsplus die Handwerkermarke hat.

Die Handwerkermarke

Das Logo Handwerkermarke bedeutet, daß das Produkt aus dem dreistufigen Vertriebsweg mit einem Leistungspaket verbunden ist, zu dem z. B. Gewährleistungsvereinbarung, Nachkaufgarantie und bundesweiter Kundendienst gehört. Dies sind Argumente, die den beratenden Fachunternehmer in einem Umfeld unterstützen können, in dem sein Einzelhandelsgeschäft bzw. sein Installationsbetrieb als Dienstleistungsunternehmen verstanden werden soll und nicht als Warenlager, in dem Produkte oftmals nur über den Preis de-

finiert werden. Ein wichtiges Kriterium bei diesen Artikeln ist es, daß sie nicht im Baumarkt, sondern ausschließlich über qualifizierte Handwerksunternehmen angeboten werden. Die eigene Markenauszeichnung eines Herstellers verschwindet keineswegs auf den Produkten der Handwerkermarke. Vielmehr soll der Handwerker bzw. Nutzer anhand des zusätzlichen Logos, das auf der Ware bzw. Verpackung zu finden ist, erkennen können, daß es sich um ein geprüftes Qualitätsprodukt des professionellen Vertriebsweges handelt.

Sanipa: Der Badmöbel-Hersteller aus Treuchtlingen entwickelte bereits ein komplettes Marketingkonzept rund um die Handwerkermarke: Jedes Produkt wird neben dem Aufkleber mit dem Garantie-Zertifikat samt Seriennummer auch zusätzlich das rote Logo tragen. So wird auf einen Blick vermittelt, daß es sich nicht um einen Mitnahmeartikel aus dem Baumarkt handelt, sondern um ein hochwertiges Produkt des Fachhandwerkers. Es bleibt dem SHK-Fachbetrieb überlassen, ob er zusätzlich noch einen Firmen-Aufkleber danebensetzt, in jedem Fall ist aber die Hotline von Sa-

nipa vermerkt, damit dem Kunden bei Fragen ein Ansprechpartner zur Verfügung steht.

Preisverleihung

Der Slogan „Wir bringen die Handwerkermarke ins Rollen“ war auf den Messe-Transparenten in doppeltem Sinne zu verstehen, denn schließlich ging es auch um ein Preisausschreiben. Der Gewinner, Lothar Phillip vom Bochumer SHK-Betrieb Müller, konnte am letzten Messtag auf dem Stand des SHK-Fachverbandes einen flotten Motorroller von Aprilia in Empfang nehmen. □



Dr. Geißdörfer (FVNRW) entpuppte sich zwar als Easy Rider aber Lothar Phillip vom Bochumer Handwerksbetrieb Müller gewann letztlich den HWM-Roller

Kurz belichtet

Sanitärtechnik DIN 18 381 in Überarbeitung

Derzeit wird beim Hauptauschuß Hochbau die ATV VOB DIN 18 381 überarbeitet. Hierbei geht es unter anderem um Ver- und Entsorgungsleitungen und um die Form und den Leistungsumfang der entsprechenden Ausschreibungen. Mit im Fachberaterkreis vertreten sind von Seiten des ZVSHK Franz-Josef Heinrichs, Gernot Grohnert (FV Hamburg), Kastulus Weiss (FV Bayern) und Herbert Wittorf (FV NRW). Bereits jetzt zeichnet sich ab, daß folgende Punkte für die SHK-Branche von Bedeutung sein werden, wenn die überarbeitete Fassung in etwa zwei Jahren Gültigkeit erlangen wird:

- Spülen von Trinkwasserleitungen nach DIN 1988 werden „besondere Leistungen“ sein
- Zulage für Formstücke und Befestigung ab DN 50 werden entfallen. Zukünftig sind diese Bauteile in Stück auszuschreiben und zu bezahlen

- Angaben über Schutzmaßnahmen für die Luftdichtheit der Gebäude werden aufgenommen
- Zustandsprüfungen von Entwässerungsleitungen werden aufgenommen
- Dichtheitsprüfungen von Entwässerungsleitungen bleiben „besondere Leistungen“, werden also keine Regelleistungen
- Die Erstellung von Bestands- und Revisionsplänen bleiben „besondere Leistungen“
- Digitalisierte Bestandsunterlagen sollen gesondert ausgeschrieben werden
- Besondere Schallschutzmaßnahmen müssen gesondert ausgeschrieben werden.

Komplettbad Verzahnung erwünscht

Der ZVSHK hat eine Projektgruppe ins Leben gerufen, die sich im vergangenen August ein Paket von „Hausaufgaben“ verordnete und im Februar erneut tagte. Worum es geht? Die Praxis zeigt es nahezu jeden Tag auf der Baustelle: Durch mangelhafte Koordination zwischen den Gewerken werden viele Stunden für Korrekturarbeiten aufgewendet, die man sich sparen könnte, wenn die Bautätigkeiten

professionell aufeinander abgestimmt wären. In der Projektgruppe sitzen Vertreter aus den Handwerksbereichen Farbe-Gestaltung-Bautenschutz, SHK, Elektro, Raumausstattung sowie Steinmetze und Fliesenleger und nicht zuletzt das Karlsruher Institut für Technik der Betriebsführung an einem Tisch. Die Aufgabenstellung bezieht sich auf die „Abwicklung und Steuerung der Angebots- und Auftragsbearbeitung am Beispiel der Komplett-Badsanierung“. Eine Bestandsaufnahme stand am Anfang:

- Nennung typischer Probleme
- Erstellung von Ausstattungslisten
- Erstellung von Planungshilfen
- Fragen zur Planung und Organisation von Projekten
- Handwerkliche, kaufmännische und rechtliche Abwicklung;
- Mitarbeiterschulung und Verkaufsförderung.

Als Zwischenergebnis ist jetzt ein Ablaufplan für einzelne Badtypen gemeinsam entwickelt worden, der klar darstellt, wann welches Gewerk welche Tätig-

keiten in welchem Zeitraum zu erledigen hat. Bis zur Herbstsitzung sollen diese Ablaufpläne mit den erforderlichen Leistungsverzeichnissen für die jeweiligen Badtypen komplettiert werden.

Zentralstaubsauger Komfortable Haustechnik

In der Vermarktung von Zentralstaubsauganlagen kann dem SHK-Unternehmer ein zusätzliches Plus erwachsen. Die wichtigsten Argumente für diese Haustechnik: Typische Begleiterscheinungen eines üblichen Staubsaugers wie z. B. unzureichend gereinigte Abluft einschließlich Geruchsbelästigung im Wohnraum, Motorenlärm oder häufiger Filterwechsel entfallen durch eine Zentralstaubsauganlage.

Dieses Plus an Komfort, das nicht nur für gesundheitsgefährdete Personen oder Allergiker interessant ist, wird sicher mancher Endkunde bzw. Bauherr dankbar annehmen – wenn ihm dieses Angebot unterbreitet wird. Der Initiativkreis Zentralstaubsauganlagen, zu dem sich fünf Hersteller, der Großhan-

delsverband DG-Haustechnik und der ZVSHK zusammengeschlossen haben, wollen diese Technik fördern. Deshalb hat der ZVSHK bereits 1999 das Merkblatt „Zentralstaubsauganlagen – Planung, Bau, Betrieb und Wartung“ herausgebracht. Hinzu kommt jetzt eine Broschüre (Foto), mit der Unterlagen bei



den Herstellern angefordert werden können und auf dem die zehn wichtigsten Argumente zusammengefaßt wurden. Die Broschüre liegt den Landesverbänden vor.

■ Kunststofftechnik Fortbildung gefragt

Im Rahmen seiner Ausbildung zum Gas- und Wasserinstallateur absolvierte der Chemnitzer Lars Hilbert Ende vergangenen Jahres als 300 000ster Teilnehmer einen Lehrgang für Kunststoffverarbeitung im Handwerk. Entwickelt wurde die Qualifikationsmaßnahme vom Aachener Institut für Kunststoffverarbeitung (IKV). Die SHK-Branche ist mittlerweile in besonderem Maße mit der Installation von Kunststoffrohren konfrontiert – mehr als 15 verschiedene vom DVGW zugelassene Systeme sind derzeit am Markt. Durch die vom IKV entwickelten Qualifikationsmaßnahmen werden die Lehrgangsteilnehmer herstellernneutral auf die Be- und Verar-

beitung aller Systemanbieter vorbereitet. Dies befähigt, auf die Systemwünsche der Kunden einzugehen und alle auf dem Markt zugelassenen Systeme fachgerecht zu installieren. Wer in einem SHK-Unternehmen noch nicht über diese Zusatzkenntnisse verfügt, kann sich z. B. in einer der rund 60 anerkannten Bildungsstätten schlaumachen. Als Kurse bieten sich an:

- Trink- und Abwasserleitungen in der Hausinstallation sowie
- Schweißen und Verlegen von Rohren und Rohrleitungsteilen aus PE-HD für Gas- und Wasserleitungen.

Näheres über einen Wochenkurs, der mit einer Prüfung endet, erfährt man beim IKV über Tel. (02 41) 80 38 12 oder im Internet (www.rwth-aachen.de/IKV).

■ Bautec 2000 WMK war vertreten

Die Bautec (16.–21. 2.) bildete den Auftakt für die diesjährigen Baufachmessen. Zahlreiche Branchen-Fachleute und Entscheidungsträger kamen nach Berlin, um sich ein Bild über Neuheiten zu machen und Geschäftskontakte zu pflegen. Die Wirtschaftsgemeinschaft Metalldächer und -fassaden in Klempnertechnik (WMK) präsentierte sich auf einem Gemeinschaftsstand mit den Firmen:

Alcan, Deutsche Rockwool, Haubold-Kihlberg, MKM Mansfelder Kupfer, Ugine Edelstahl und VM Zink. Neben den Produktinformationen konnten sich Klempnerfachbetriebe über Marketingunterstützung und Architekten über Planungshilfen informieren. Das erfolgreiche Konzept des Gemeinschaftsstandes soll auch auf den Messen BAU und ISH im Jahr 2001 fortgesetzt werden.

■ Merkblatt Fassadenbekleidungen

Anlässlich des 10. Deutschen Klempnertages wurde das Merkblatt „Fassadenbekleidungen aus

Metall“ als Gelbdruck vorgestellt. Ergänzungs- oder Verbesserungsvorschläge können berücksichtigt werden, wenn sie bis zum 31. 5. 2000 an den ZVSHK übermittelt werden.

Der Arbeitsgruppe, die dieses Merkblatt unter Federführung des ZVSHK erstellte, gehören Fachleute der Firmen Alcan, KME, Rheinzink, VM Zink, Wagner und des Fachausschusses Klempnertechnik an. Ziel ist es, dem Klempner wichtige Hinweise zur Planung, Gestaltung und Ausführung von Fassadenbekleidungen in einer kompakten Form anzubieten. Unter anderem geht es dabei um:

- Fassadenbekleidungen auf vollflächiger Unterkonstruktion aus nicht selbsttragenden Bändern und Blechen in Falztechnik
 - Vorgehängte hinterlüftete Fassaden auf nicht vollflächiger Unterkonstruktion mit selbsttragenden Profil-, Paneel- oder Kassettensystemen aus Metall
- Es ist damit zu rechnen, daß das Merkblatt Mitte des Jahres als Weißdruck erscheinen und in die Klempner-Fachregeln übernommen wird.

■ Hamburg Kachelofenbauer-Tag

Der diesjährige Branchentreff für Kachelofen- und Luftheizungsbauer findet am 18. und 19. Mai in der Hamburger Handwerkskammer statt. Der erste Seminartag wird zwei Workshops beinhalten, die sich mit folgenden Themen befassen:

- Richtige Werbestrategie im Ofen- und Luftheizungsbauhandwerk
- Ergebnisse der Bauherren- und Handwerkerumfrage
- Verbrennungsverbote
- Argumentation und Verhandlungsstrategie pro Kachelofen und Kamin. Am zweiten Tag geht es um wesentliche Neuerungen der DIN 18 160 „Abgasanlagen“. Weitere Referate beschäftigen sich mit den Einsatzmöglichkeiten von Neben-

luftvorrichtungen sowie Gaseinsätzen bei Kachelöfen und Kaminen. Den Abschluß des KL-Tages bildet ein Referat über raumluftunabhängige Holzfeuerung in Verbindung mit der notwendigen Wohnungslüftung im Niedrigenergiehaus. Die Anmeldeunterlagen können beim ZVSHK angefordert werden. Anmeldeschluß ist der 28. April.

ZVSHK Termine – Fakten – Informationen

5.–8. April 2000
IFH/Intherm – Fachmesse für Haus- und Feuerungstechnik, Nürnberg

11./12. April 2000
Gemeinschaftstag Abwassertechnische Vereinigung/ZVSHK, Dortmund

3.–7. Mai 2000
SHKG Berlin – Messe für Sanitär, Heizung, Klima & Gebäudeautomation

11./12. Mai 2000
ZVSHK-Mitgliederversammlung, Heidelberg

18./19. Mai 2000
Deutscher Kachelofenbauer-Tag, Hamburg

22./23. Juni 2000
12. Bundesweites Erdgasforum, Hamburg

6./7. Oktober 2000
24. Deutscher Kupferschmiedetag, Mönchengladbach-Rheydt

27.–31. März 2001
ISH, Frankfurt

22.–25. Mai 2002
World Plumbing Conference, ICC Berlin

Telefon: (0 22 41) 9 29 90

Telefax: (0 22 41) 2 13 51

eMail: Zentralverband-SHK@t-online.de

Internet:
www.zentralverband-shk.de