

■ Bayern

Dr. Schwarz jetzt Hauptgeschäftsführer

Nach nur viermonatiger Tätigkeit wurde Dr. Wolfgang Schwarz zum 1. 3. 2000 als Hauptgeschäftsführer des Fachverbandes Sanitär-, Heizungs-



und Klimatechnik Bayern berufen. Dr. Schwarz, der am 1. 11. 1999 die Amtsgeschäfte von seinem Vorgänger Helmut Mahr übernommen hatte, war als leitender Geschäftsführer eingestellt worden.

■ Hansgrohe

Vertrieb verstärkt

Zum Frühjahr gibt es im Hansgrohe Vertrieb Deutschland eine personelle Verstärkung, die dem schwieriger werdenden Heimatmarkt des Schwarzwälder Badausstatters gerecht werden soll. Nachdem Werner Steffan (41) im Herbst die neu geschaffene Vertriebsleitung Deutschland übertragen worden war, wurden nun auch folgende Stellen besetzt:

– Leiter Marketing Deutschland ist seit Februar Jörg Pütz (31), vorher im Marketing vom Streiff-Fertighaus tätig;

– Verkaufsleiter Deutschland Mitte ist seit April Thorsten Rätzke (36), zuletzt Vertriebsleiter Sanitär Inland bei der Jado AG in Rödermark;

– Leiter Verkauf Innendienst ist seit April 2000 Dominik Bauer (25), bisher Personalreferent.

Der Vertrieb Deutschland gehört zum Verantwortungsbereich von Dr. Claus-Peter Fritz, Geschäftsführer Hansgrohe Deutschland.

■ American Standard Jado-Übernahme perfekt

AS Deutschland GmbH i. Gr., – jüngste American-Standard-Tochter – hat bei der Jado Design Armatur und Beschlag AG, Rödermark, die Aktienmehrheit übernommen. Das Bundeskartellamt und der Board of Directors der American Standard haben dem Anteilserwerb zugestimmt. Nunmehr im Besitz von 90,84 % der Stammaktien und 50,47 % aller Stimmrechte will AS Deutschland innerhalb der Jado AG für Kontinuität sorgen. So bleibt der Hauptsitz und Pro-



Jado-GF Raimund Anke



Jado-Vorstand Richard Brunner

duktionsstandort Rödermark erhalten. Neuer Vorstand ist Richard Brunner (61), (Vorsitzender) und Raimund Anke (54). Beide sind seit mehr als zwei Jahrzehnten bei American Standard tätig. Für den Bereich Marketing und Vertrieb wurde Franz Werner Jans (57) eingestellt. Die Jado AG soll zwar in die weltweite Armaturengruppe der American Standard integriert werden, aber als eigenständige Gesellschaft mit eigener Verkaufsorganisation und Produktlinie unter Jado AG am Markt operieren. Der Konzern erhofft sich von der Akquisition erhebliche Synergien und Kostenreduzierungen vor allem in der Fertigung, aber auch bei Lieferlogistik und Kundenservice. Hauptziel ist die kurzfristige Verbesserung des Lieferservice. Mit dem Erwerb von Jado kann American Standard das Segment für hochwertige Armaturen ausbauen und ins Beschläge-Geschäft einsteigen.

■ Keuco

Verhaltener Optimismus

1999 erzielte Keuco mit über 500 Mitarbeitern in den Werken Hemer, Gütersloh und Herford, einen Gesamtumsatz von 156 Millionen DM. Trotz des leichten Rückgangs gegenüber dem Vorjahr (159 Millionen DM) sei man damit in Anbetracht der per Saldo weiter negativen Branchenentwicklung relativ zufrieden. Das gelte primär für die „stabilisierten Verkaufserlöse“ und die damit gefestigte Marktführerposition im Kernsegment „Accessoires“. Auch bei Spiegelschränken hätte man den Nr. 1-Status behaupten können, während der Badmöbelsektor „noch nicht rund läuft“. Für das laufende Jahr erwartet das Management keine generelle Trendumkehr. Die Hoffnung darauf, daß sich die Nachfragesituation in Deutschland nicht nochmals spürbar verschlechtert, beruhe in

erster Linie auf dem „erfreulich robusten“ Modernisierungs- und Renovierungsmarkt. Insgesamt rechnet der Badspezialist mit einem „moderaten Umsatzplus“.

■ Thermic

Rohrbach neuer Verkaufsleiter

Seit April ist Andreas Rohrbach (35) als Verkaufsleiter Deutschland für Thermic, belgischer Hersteller von Designheizkörpern, tätig. Rohrbach bringt für diese Position eine langjährige Berufserfahrung, u. a. als Niederlassungsleiter beim Sanitär- und Heizungsgroßhandel, mit. Er soll die bisherige Zusam-



menarbeit mit dem Großhandel weiter forcieren und intensivieren und noch im Frühjahr eine Reihe von Heizkörper-Neuheiten im Markt einführen. Andreas Rohrbach berichtet direkt an die Konzern-Vertriebsleitung in Dilsen/Belgien.

■ Pinguin Haustechnik Positives Ergebnis

Die Pinguin Haustechnik gab bekannt, daß im Geschäftsjahr 1999 ein positives Ergebnis erwirtschaftet und die Sanierungs- und Restrukturierungsphase erfolgreich beendet worden sei. Auch für das Geschäftsjahr 2000 wird ein steigendes positives Ergebnis erwartet. Außerdem will die Gruppe in Deutschland sowie im internationalen Raum

weiter wachsen. Die Hauptaktionärin, Schuttersveld N. V., Zeist/NL, wird ihre Beteiligung an der Pinguin Haustechnik AG auf ca. 90 % aufstocken und damit die Pinguin Haustechnik-Gruppe in die Konsolidierung der Schuttersveld N. V. einbinden.

■ Kohler

Ab Mai deutschlandweit bei OBI

Die Kohler GmbH, Oer-Erkenschwick, zieht sechs Monate nach dem Marktauftritt in Deutschland eine positive Bilanz. Die Tochtergesellschaft der amerikanischen Kohler-Company, einem Weltmarktführer im Bereich Bad und Sanitär, erreichte nach eigenen Angaben im ersten Halbjahr auf dem deutschen Markt einen Umsatz von rund 5 Millionen DM. Das Unternehmen hat im vergangenen Jahr 30 von für 1999 geplanten 42 OBI-Baumärkten mit eigenen Verkaufspräsentationen ausgestattet.

Für 2000 sind rund 100 Eröffnungen von Verkaufsbereichen vorgesehen. Mit einer schrittweisen Erschließung will Kohler ab Mai 2000 deutschlandweit präsent sein. Der Umsatz im Jahr 2000 soll ca. 20 Millionen DM erreichen. Bis Ende 2001 ist die Kooperation mit insgesamt 260 OBI-Märkten geplant. In einem Zeitraum von fünf Jahren soll ein Umsatz in dreistelliger Millionenhöhe erzielt werden.

Zusätzlich zu den bisher 650 Bad-Produkten würden Spiegelschränke, Edelstahlspülen und Accessoires in die Produktpalette aufgenommen.

■ Unicor

Folgmann jetzt Gesamtvertriebsleiter

Aufgrund des kontinuierlichen Unternehmenswachstums in den europäischen Märkten richtet die Unicor Holding AG den Vertrieb

der Division „Hot & Cold Water Systems“ neu aus. Die deutschen und internationalen Vertriebsaktivitäten des Mehrschicht-Verbundrohrsystems

„Unipipe“ werden seit April zentral von Heiko Folgmann koordiniert. Folgmann war zuletzt Geschäftsführer der italienischen Tochter Unicor Srl. Die neu geschaffene Funktion des Gesamtvertriebsleiters soll der zunehmenden Europäisierung und Internationalisierung des Wachstumsunternehmens Rechnung tragen.



Folgmann sieht durch die Verschmelzung der Märkte in Europa dringenden Handlungsbedarf gegeben: „Eine strikte Trennung in Vertrieb Deutschland und Export Europa ist nicht mehr zeitgemäß. Europa ist als ein Gesamtmarkt zu sehen. Wenn wir heute von Export sprechen, dann geht es um Märkte wie Südostasien, China und Amerika. Eine Neuausrichtung unserer Vertriebsaktivitäten, verbunden mit einem grundlegenden Umdenken, ist daher unumgänglich“.

■ Internet

Akzeptanz steigt

Laut der jüngsten Erhebung des Statistischen Bundesamtes verfügten 1999 mehr als 45 % der Arbeitnehmerhaushalte über einen oder mehrere Personalcomputer. Ein Viertel dieser Haushalte verfügen über einen Internet-Zugang und nutzen hin und wieder die Möglichkeit nützliche und unnützliche Dinge des täglichen Lebens darüber zu bestellen.

■ **Eczacibasi** **Jetzt alleiniger Gesellschafter**

Der türkische Eczacibasi-Konzern (Umsatz 1999: 2,7 Milliarden DM) hat die Geschäftsanteile von American Standard Inc. an der Eczacibasi Badewannenindustrie- und Handel AG mit Sitz in Istanbul aufgekauft und ist jetzt alleiniger Gesellschafter. In Deutschland vertreibt das Unternehmen über seine Tochtergesellschaft Ekom Sanitärmarketing GmbH, Kerpen, Komplettserien fürs Bad: Keramik sowie Bade-, Dusch- und Whirlwannen aus Acryl. Seit 15 Jahren ist Vitra auf dem deutschen Markt und hat – nach eigenen Angaben – einen Anteil bei Sanitär-Keramik von 12 %.

■ **Vaillant** **Will italienische Firma übernehmen**

Vaillant will den Kesselbereich durch die Übernahme des Kesselgeschäfts des italienischen Unternehmens Bongioanni Pensotti Kalore (BPK) strategisch stärken. Der Geschäftsbereich Kessel/Speicher unter der Leitung von Henning Rittstieg bereitet momentan diese Übernahme vor. Das Unternehmen mit Sitz in Vignolo südlich von Turin, das 1999 mit 170 Mitarbeitern einen Umsatz von 67 Millionen DM erzielte, verfügt über eine breite Produktpalette für Gas und Öl. Vaillant erwartet

von der Akquisition vor allem eine bessere Marktabdeckung im europäischen Ausland. Vaillant Geschäftsführer Manfred Ahle: „Bongioanni Pensotti Kalore eröffnet uns zum einen durch das gut eingeführte Kesselsortiment zusätzliche Marktchancen in ganz Europa. Zum anderen wird durch die große Produktionsmenge beider Unternehmen zusammen über 100 000 Heizkesseln pro Jahr die Basis für die Kostenführerschaft und damit auch für einen nachhaltigen finanziellen Erfolg in diesem Geschäftsfeld geschaffen“.

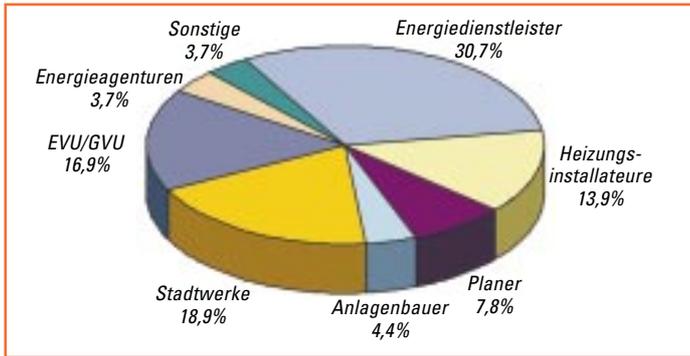
Die Firma BPK gehört zur Unternehmensgruppe Bongioanni, die zur Zeit durch Restrukturierung sowie Verpachtung und Verkauf wettbewerbsfähiger Unternehmensteile saniert wird. Das Sanierungsverfahren nach italienischem Recht sieht vor, daß Vaillant die Kesselmontage der BPK ab Ende März zunächst pachtet, das heißt, Vaillant führt den Betrieb von diesem Zeitpunkt an in eigener Verantwortung und auf eigene Rechnung und erwirbt die Kesselmontage in den Folgemonaten komplett, sobald die rechtlichen Voraussetzungen gegeben sind.

■ **Technomar** **Wachstum für Energie- Contracting**

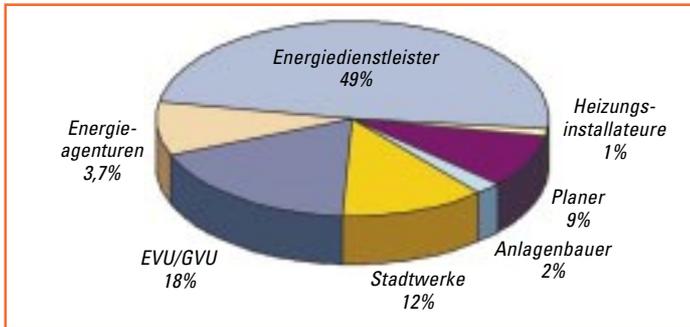
Im Jahr 2004 werden in Deutschland fast 250 000 Objekte durch Contractoren mit Energie versorgt, was einem An-



Der BPK-Sitz in Vignolo



Energie-Contractoren in Deutschland (nach der Anzahl der Anbieter)



Energie-Contractoren in Deutschland (nach installierter Wärmeleistung)

stieg um 165 % gegenüber dem Stand von Ende 1998 entspricht. Dies sind u. a. die Ergebnisse einer Gemeinschaftsstudie, die von der Technomar und von Energie & Management im Januar 2000 vorgelegt wurde (Kosten: 11 760 DM + MwSt.; Infos: Telefon (0 89) 4 19 41 80. Der Ausschöpfungsgrad des theoretischen Potenzials für Energie-Contracting wird dadurch von 6,9 % auf 19,7 % steigen, wobei für die neuen Contracting-Projekte fast 17 Milliarden DM investiert werden müssen. Rund 80 % der für das Energie-Contracting geeigneten Objekte gibt es in Ein-, Zwei- und Mehrfamilienhäusern. Auch nach dem Investitionsvolumen steht die Wohnungswirtschaft an der ersten Stelle, gefolgt von der Industrie und von Büro- und Verwaltungsgebäuden. Derzeit sind in Deutschland rund 480 Energie-Contractoren tätig, die im Rahmen von über 50 000 Verträgen knapp 39 000 Anla-

gen betreiben. Rund 30 % der Contractoren sind eigenständige Energiedienstleister, knapp 19 % Stadtwerke, 17 % übrige Strom- und Gasversorger und 14 % Heizungsinstallateure. Gemessen an der Leistung der von ihnen betriebenen Wärmeverorgungsanlagen von insgesamt fast 25 000 MW haben die Energiedienstleister einen Anteil von 49 %, Strom- und Gasversorger einen von 18 % und Stadtwerke einen von 12 %, während die Heizungsinstallateure mit lediglich 1 % auf dem letzten Platz nach Energieagenturen und Planern (je 9 %) und Anlagenbauern (2 %) landen.

■ Maico 10millionster Ventilator

Mit einem Dachventilator der Typenreihe „DRD“ verließ bei Maico der 10millionste Ventilator die Fertigung des Lüftungsspezialisten aus Villingen-Schwenningen. In Anwesenheit der beiden Geschäftsführer Gerhard Warnke und Hans Müller wurde in der Endmontage letzte Hand an diesen „besonderen“ Ventilator angelegt.

■ **HFM** **Anlaufphase erfolgreich abgeschlossen**

Ein Jahr nach der Aufnahme des operativen Geschäftes zieht die Hamburger Facility Management Aktiengesellschaft (HFM, Telefon (0 40) 8 81 80 10) eine erste positive Bilanz. Vorstandssprecher Peter Meier erklärte: „Die Anlaufphase ist erfolgreich verlaufen. Das gilt für den Aufbau der internen Unternehmensstruktur genauso wie für das Akquirieren und Abwickeln von Aufträgen“.

Mittlerweile haben sich 137 Handwerksbetriebe mit etwa 20 000 Mitarbeitern dem Netzwerk HFM AG angeschlossen. Als Verbund bearbeiten sie den Wachstumsmarkt des Facility Management, der integrierten Bewirtschaftung von Immobilien, um durch den Zusammenschluß großen, industriellen Anbietern Paroli bieten zu können.

Die HFM AG übernimmt dabei Gemeinschaftsaufgaben für alle, kümmert sich unter anderem um das strategische Vorgehen, ist zuständig für den Vertrieb und die Koordination der Handwerksfirmen beim konkreten Projekt.

Die ersten Monate waren geprägt vom kompletten Neuaufbau eines Unternehmens ohne Vorbilder. Parallel dazu wurde bereits im Anlaufjahr ein Umsatz erwirtschaftet. Doch auch Modifizierungen in der Unternehmensstrategie wurden notwendig, weil der Markt sie forderte: Regionale Angebote reichen nicht aus, ein bundesweiter Service ist gefragt. Vorgesehen ist, daß sich zum Ende des Jahres acht bis zehn regionale Aktiengesellschaften etabliert haben werden. Das Ziel der bundesweiten Flächendeckung soll Ende 2001 erreicht sein; nicht allein durch Gründungen in den Metropolen, sondern auch durch

Servicestützpunkte „auf dem flachen Land“ mit Handwerksbetrieben vor Ort. Peter Meier beschreibt das anspruchsvolle Ziel: „Die maximale Reaktionszeit vom Schaden bis zum Eintreffen eines Technikers wird zwei Stunden nicht überschreiten“. Dies wolle man dem Kunden sogar garantieren.

■ **ISH** **Mehr Fläche, mehr Ordnung**

Die ISH (27. bis 31. März 2000) geht mit neuem Schwung ins neue Jahrtausend. Hinter dem neuen Messe-Motto „Leben mit Wasser und Wärme“ verbergen sich Veränderungen, durch die in den nächsten drei Jahren die ISH für Aussteller und Besucher noch attraktiver werden will. So soll ab 2003 mit der neuen Halle 3 eine moderne Ausstellungshalle zur Verfügung stehen, die

auf zwei Geschoßebenen fast 13 000 m² zusätzliche Nettofläche offeriert. Hinzu kommen Restaurants und Mehrzweckräume für Veranstaltungen.

Neu ist, daß künftig zusammengehörende Produktgruppen halbenweise geordnet werden. So präsentieren sich ab 2003 beispielsweise die Bereiche Armaturen, Keramik und Accessoires geschlossen in Halle 4. Bädewannen, Duschtrennungen, Möbel und Accessoires werden ab 2003 in der neuen Halle 3 zu finden sein.

Unter dem Begriff „Welt der Installationstechnik“ sollen die Angebotssegmente Rohre, Rohrsysteme, Installationssysteme und Fittings in Zukunft ein eigenständigeres Profil erhalten. Die Heizungstechnik stellt weiterhin in den Hallen 8 bis 10 aus. Der Bereich Wohnungslüftung ist thematisch der Heizungstechnik zugeordnet. Hier findet sich die Lüftungstechnik, die in Ein-

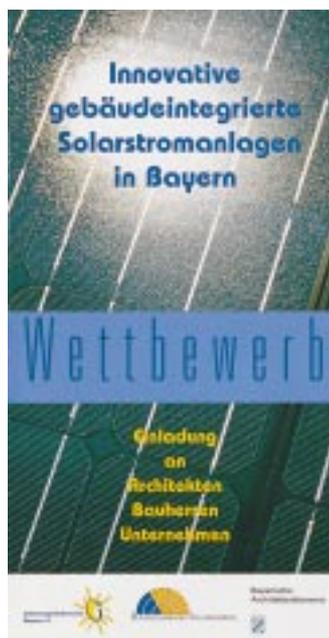
familienhäusern und Wohnungen zum Einsatz kommt, wie beispielsweise Kleinventilatoren oder mobile Klimageräte.

■ BSE Photovoltaik-Wettbewerb in Bayern

Der vom Bayernwerk betreute Solarenergieförderverein Bayern e. V. schreibt in Kooperation mit der Bayerischen Architektenkammer und dem Bundesverband Solarenergie (BSE) e. V. einen Wettbewerb für innovative gebäudeintegrierte Solarstromanlagen aus. Gesucht werden bautechnische Lösungen, die das gelungene Zusammenspiel von Architektur und solarer Energietechnik beispielhaft demonstrieren. Es werden drei Preise mit 10 000 DM, 5000 DM und 3000 DM vergeben. Die Teilnahmeunterlagen nimmt der Bundesverband Solarenergie

München entgegen, Telefon (0 89) 27 81 34 24, Fax (0 89) 27 31 28 91.

Bis 3. Juli 2000 können entsprechende Anlagen-Projekte, z. B. Solarstromfassaden oder dachintegrierte Lösungen, eingereicht werden. Mitte August wird die Jury eine Auswahl treffen. Ende September findet die Preisverleihung statt. Bewerben können sich Bauherren bzw. Betreiber, Architekten, Hersteller oder Lieferanten von gebäudeintegrierten Solaranlagen, die in Bayern betrieben werden. Die Anlagen müssen nachweisbar erstmals im Zeitraum vom 1. Januar 1992 bis 31. Dezember 1999 Solarstrom geliefert haben. Die Modulleistung soll insgesamt mindestens 2 kW_p betragen. Gemeldet werden können fassaden- und dachintegrierte Solarstromanlagen, bei denen die Photovoltaikmodule zumindest teilweise die Funktion der Gebäudehülle übernehmen.



Ausgeschlossen sind aufgeständerte Anlagen oder solche, die in gewissen Abständen zum Dachziegel montiert sind.

■ Techem Gute Noten von den Kunden

Die Techem AG kann auf zufriedene Kunden bauen. Das ergab eine Umfrage der Stuttgarter „Steinbeis-Stiftung“ unter 231 Kunden, je zu einem Drittel Wohnungsbaugesellschaften, Hausverwaltungen und private Hauseigentümer. Für das gute Ergebnis bekam Techem das Zertifikat „Anerkennung für hohe Kundenzufriedenheit“. 43 Fragen zu Geräten, technischem Service, Ablesedienst, Abrechnungsdienst, Datenaustausch, Informations- und Kommunikationsfähigkeit wurden gestellt. Die Gesamtbewertung auf einer Notenskala von 1 (sehr zufrieden) bis 5 (völlig unzufrieden) lag bei 1,64. Ein Großteil der Kunden hebt die Ortsnähe der Außenorganisation hervor, fast alle Kunden würden Techem weiterempfehlen.

■ DVGW

Stellungnahme zur Nachprüfung von AQA total 2500

Was ist nun mit dem DVGW-Prüfzeichen für BWT AQA total 2500? Mit dieser Frage überschrieb der DVGW seine Pressemeldung vom 21. März 2000. Die allgemeine Diskussionen in der Fachöffentlichkeit (SBZ 4 und 5/2000) über die an den Wasserbehandlungsanlagen AQA total 2500 der BWT AG und die durchgeführte Nachprüfung waren Anlaß zu folgender Stellungnahme:

„Das DVGW-Arbeitsblatt W 512 „Verfahren zur Beurteilung der Wirksamkeit von Wasserbehandlungsanlagen zur Verminderung von Steinbildung“ dient der Feststellung der Verminderung der Steinbildung. Bei der Prüfung nach W 512 wird ein Prüfbericht erstellt. Bei einem positiven Prüfbericht wurde bisher als Deckblatt ein Zeugnis erteilt. Diese Praxis ist vom Gericht in Frage gestellt worden, da Prüfzeugnis und Prüfzeichen leicht verwechselbar seien. Zur Klarstellung sei gesagt: „Ein Prüfbericht (Prüfzeugnis) gilt immer nur für ein Einzelgerät. Es sagt nichts aus über eine Baureihe oder über eine Funktion unter anderen als den genannten Bedingungen. Demgegenüber gilt ein erteiltes Prüfzeichen für eine ganze Baureihe, wobei die Geräte dieser Baureihe gleich sein müssen. Eventuelle Änderungen sind dem Zertifizierer mitzuteilen und werden überprüft.“

Im Fall des zertifizierten BWT-Gerätes des Typ AQA total 2500 waren die Anforderungen des Arbeitsblattes W 512 ein Teil der Prüfung. Bei dieser Prüfung

erreichte das BWT-Gerät den geforderten Wirksamkeitsfaktor von mehr als 66 %.

Infolgedessen erlangte das Gerät die erwähnten Prüfzeugnisse und das Prüfzeichen. Wie sich später jedoch in einer vom DVGW selbst initiierten Nachprüfung herausstellte, waren die jetzt nachgeprüften Wasseraufbereitungsanlagen des Typs AQA total 2500 mit einem Modus ausgestattet, welcher den Prüfungsvorgang gemäß W 512 erkennt und sich darauf einstellt. Bei Zugrundelegung eines praxisbezogenen Anforderungsprofils bezüglich der Wasserverbrauchsbedingungen eines typischen Zweifamilienhauses wird dieser Modus indes nicht aktiviert. Die BWT AG hatte sich damit einverstanden erklärt, daß im Rahmen der Nachprüfung auch ein praxisbezogenes Anforderungsprofil bezüglich der Wasserverbrauchsbedingungen eines typischen Zweifamilienhauses zugrunde gelegt wird. Nachdem zunächst festgestellt worden war, daß die Geräte der Firma BWT AG unter Zugrundelegung dieses praxisbezogenen Anforderungsprofils den Wirksamkeitsfaktor von 66 % nicht erreichen, wurde BWT Gelegenheit zur Stellungnahme und zur Nachbesserung gemäß der Geschäftsordnung der DVGW-Zertifizierungsstelle gegeben. Im Rahmen der zugelassenen Nachbesserungen gelang es dann, eine Veränderung des Baumusters dergestalt herbeizuführen, daß das Gerät unter diesen praxisnahen Bedingungen einen Wirksamkeitsfaktor von über 66 % aufweist.“

■ Wilo

Fernwärmegeschäft an Pewo abgegeben

Wilo gibt das Fernwärmegeschäft und damit auch die Betreuung bisheriger Fernwärmekunden an die zur Unternehmensgruppe TA Triumph-Adler AG gehörende Pewo Energietechnik GmbH ab. Künftig werden alle bisherigen Wilo-Fernwärmekunden in allen Servicefragen von Pewo betreut. Wilo-Geschäftsführer Wolfgang Bach: „Unsere Stärke ist die Entwicklung und Fertigung von Pumpen und Pumpensystemen. Das auftragsbezogene, sehr beratungsintensive Projektgeschäft im Fernwärmebereich, bei dem die Pumpe nur eine Komponente ist, kann von Spezialisten wie Pewo gezielter und profitabler vermarktet werden. Damit sieht sich Wilo auch nicht mehr als Konkurrenz zu ihren Kunden, die im Fernwärmegeschäft tätig sind“.

■ SHK-Marketingpreis Drei Gewinner

Der Marketingpreis für das Deutsche SHK-Handwerk geht im Jahr 2000 an drei Preisträger. Der Preis wird zum dritten Mal vergeben und würdigt herausragende Leistungen von Handwerkern im Bereich Sanitär, Heizung und Klima für Kundennähe

und Marktorientierung. In der Sparte „Handwerker-Kooperation“ ging die Auszeichnung an die Hamburger Facility Management AG, unter deren Dach 137 Handwerksbetriebe kooperieren und Gebäude-Komplettleistungen anbieten. Der Preis für Imagepflege geht an das Forum „Bad & Kultur“, in dem sich bundesweit sieben Betriebe zur Imagepflege für das Bäderbauer-Handwerk zusammengeschlossen haben. Den Preis für Kundenorientierung erhielt die Badnet GmbH, Mosbach, die ein Internet-Kalkulationsprogramm entwickelt hat, mit dessen Hilfe ein SHK-Betrieb zusammen mit seinem Kunden ein Bad binnen 30 Minuten sicher kalkulieren kann.

■ Schüco

Solar-Schulungszentrum eröffnet

NRW-Bauminister Dr. Michael Vesper hat im März das Schüco-Schulungszentrum, Telefon (05 21) 78 35 02, für Solar-Systeme in Bielefeld offiziell eröffnet. Partner aus dem Handwerk sollen hier das erforderliche Know-how für den Einbau der Solar-Systeme erwerben. Ziel des Schüco-Geschäftsbereichs Solar-Technik ist es, bis 2005 allein in Deutschland mehr als 2500 neue Kunden als Verarbeiter für Solartechnik zu gewinnen.



Das Forum Bad & Kultur wurde für Imagepflege aus dem Handwerk mit dem SHK-Marketingpreis ausgezeichnet. Am Rednerpult Forum-Initiator Franz Josef Meier



Schüco-Geschäftsführer Dirk U. Hindrichs (l.) und NRW-Bauminister Dr. Michael Vesper vor dem neuen Solar-Schulungszentrum

Die Teilnahme am Lehrgang kostet 935 DM inkl. Lehrgangsunterlagen und Prüfungsgebühr. Informationen gibt es von der Universität Gesamthochschule Kassel, Weiterbildendes Studium Energie und Umwelt, Dr. Karin Vaupel, Tel. (05 61) 8 04 66 05, Harald Wersich, Tel. (05 61) 8 04 63 70.

nen. Im Angebot sind sowohl PV-Module für Strom- als auch Solarkollektoren zur Wärmeherzeugung.

■ **Remeha** **Brennwert-Schulungen**

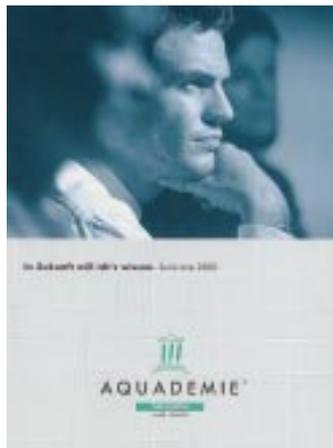
Nicht für den Fachhandel, wie irrtümlich in SBZ 5 gemeldet, sondern für's Fachhandwerk bietet der Brennwertkessel-Spezialist Remeha in diesem Jahr in Baden-Württemberg wieder zahlreiche Schulungstermine für Kundendiensttechniker an. Weitere Informationen gibt es im Bondorfer Schulungszentrum (Raum Herrenberg) unter Telefon (0 74 57) 50 27.

■ **Weiterbildung** **Zertifizierte Gebäude-Energieberater**

Die Universität Gesamthochschule Kassel bietet mit Beginn des Wintersemesters 2000/2001 erstmals eine Weiterbildung zum Gebäude-Energieberater, die künftig dem bisher ungeschützten Begriff des Energieberaters zu einem Gütesiegel verhelfen soll, welches durch eine umfangreiche Prüfung sichergestellt wird. Zur Vorbereitung auf die Prüfung werden 7 Wochenendseminare im Umfang von 110 Stunden angeboten. Die auf die Prüfung vorbereitenden Lehrveranstaltungen orientieren sich an Kenntnissen und Erfahrungen von Architekten, Bauingenieuren und Ingenieuren der Technischen Gebäudeausrüstung.

■ **Hansgrohe** **Seminar-Programm 2000**

Die Seminarbroschüre 2000 von Hansgrohe nennt auf 36 Seiten Daten, Fakten und Termine von Fortbildungsveranstaltungen für Installateure, Sanitärfachhandel, Ausstellungspersonal in der Aquademie in Schiltach. Es gibt Kurse für Techniker, für Kundendienstmonteure, für Verkäufer und Badausstellungsbetreu-



er. Neu im Angebot sind Seminare für Schüler/innen, Studierende an Meister-/Techniker- und Fachhochschulen mit technischen Problemstellungen aus der täglichen Praxis. Die Seminarbroschüre gibt es bei Hansgrohe Aquademie, Maria Oliver, Telefon (0 78 36) 51 14 75, Telefax (0 78 36) 51 15 05, eMail aquademie@hansgrohe.com