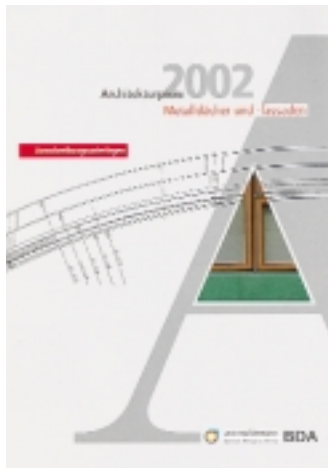


Kurz belichtet

■ Architekturpreis 2002 Ausschreibungsunterlagen liegen bereit

Traditionell wird auf dem alle zwei Jahre stattfindenden Klempnertag auch der Architekturpreis Metalldächer und -fas-



Beim Architekturpreis haben die Klempnerfachbetriebe die Möglichkeit, ihre Leistungsfähigkeit herauszustellen

saden verliehen. So auch beim kommenden Klempnertreffen, das diesmal am 31. Januar und 1. Februar 2002 in Würzburg veranstaltet wird. Die Bewerbungsunterlagen können beim ZVSHK angefordert werden. Auch diesmal wird der Architekturpreis vom ZVSHK in Zusammenarbeit mit dem Bund Deutscher Architekten (BDA) ausgelobt. Das Ziel ist klar: Hinter dem Preis steckt das Anliegen, den Dialog von Handwerk und Architektenschaft zu beleben, zu fördern und zu entwickeln und nicht zuletzt gut gebaute Beispiele über das gelungene Zusammenspiel von Metall und Architektur, von Handwerk und Baukunst zu zeigen. Innungsmitgliedern sollte es daher ein Anliegen sein, Dokumentationen über repräsentative Metallbekleidungen von Dach und Fassade einzureichen, um den

hohen Leistungsstand des Klempnerhandwerks zur Geltung zu bringen. Berücksichtigt werden Arbeiten, die nach dem 1. Januar 1998 fertiggestellt wurden. Wiederum wird eine hochkarätige Jury aus den Bereichen Architektur, Fachhandwerk und Fachpresse die meisterlichen Leistungen in der Klempnertechnik bewerten. Der Architekturpreis ist mit 10225 Euro dotiert, für weitere Anerkennungen stehen 5113 Euro zur Verfügung. Der Schlußtermin für das Einreichen der Unterlagen wurde auf den 1. Oktober 2001 festgelegt.

■ Heizungswerbung Kampagne jetzt bundesweit

Der Willen zur Modernisierung alter Heizungsanlagen ist beim Bundesbürger nicht gerade ausgeprägt. Vielmehr gilt es, dieses Marktsegment erneut zu beleben – und offensichtlich ist dies in der halbjährigen Pilotphase auch ganz gut gelungen. Gemeinsam haben ZVSHK und der Initiativkreis Erdgas und Umwelt (IEU) im letzten Oktober das Projekt Move 2000 für die Heizungsgemeinschaftswerbung gestartet. In den Testgebieten Nordrhein-Westfalen und Bayern wurde der Endkunde auf neue Art angesprochen und bei Interesse mit dem Installateur und Heizungsbauer vor Ort in Kontakt gebracht. Bis Ende März 2001 geschah dies in NRW und Bayern insgesamt fast 3000 Mal. Als Voraussetzung galt es für den SHK-Fachbetrieb, sich als Innungsmitglied zur Teilnahme an der Aktion Move 2000 beim ZVSHK anzumelden – das taten bis März weit über 6000 Betriebe. Die Statistik zeigt klar, daß besonders ein Anzeigen-Motiv Resonanz hervorrief. Neben einem Sektorkorken mit Konfetti wird auf witzig-hintergründige Art die Frage in den Raum gestellt: Lebt Ihre Heizung in Saus und Braus? Es mangelt nicht an weiteren griffigen Slogans wie



Die Heizungsgemeinschaftswerbung weiß durch griffige Formulierungen auf sich aufmerksam zu machen

„Kommt ihre alte Heizung nicht vom Qualmen los?“, um den greifbaren Nutzen einer neuen Heizung herauszustellen. In jeder Anzeige heißt es zum Schluß anfeuernd „Gas geben. Geld sparen. Modernisieren. Jetzt!“ Direkt darunter ist eine Hotline bzw. die Internet-Adresse www.moderne-heizung.de angegeben, über die der Endkunde ein Infopaket anfordern kann. Dieses Informationspaket enthält neben allgemeinen Informationen und Hinweisen auf Förderprogramme auch die Anschriften von SHK-Fachbetrieben in der Nachbarschaft des potentiellen Modernisierers. An dieser Stelle nochmals das Neue an dieser Werbung: Die Bearbeitung der eingehenden Endkunden-Anrufe spielt bei der Kampagne Move 2000 eine große Rolle. Um das Potential der Reagierer möglichst effektiv auszuschöpfen und den Kontakt nicht abreißen zu lassen, wurde ein ausgefeiltes System entwickelt: Das Call-Center soll es bei dem einen Anruf nicht bewenden lassen, sondern eine intensive Nachbearbeitung der Kontakte starten, z. B. durch Nachfaßanrufe und Briefe. Somit wird deutlich mehr getan,

damit sich am Ende die beiden wichtigsten Partner – der SHK-Innungsbetrieb und der potentielle Modernisierer – treffen. Seit Mai 2001 ist die Kampagne bundesweit angelaufen. Schon bis 9. Mai hatten sich 10 700 Fachbetriebe zum Mitmachen bereit erklärt, insgesamt zählte man über 4000 ernstzunehmende Interessenten, die per Telefon oder Internet um mehr Informationen baten. Sollte ein Innungsbetrieb keine Anmeldeunterlagen für die Modernisierungsaktion Move 2000+ vorliegen haben, lassen sie sich beim ZVSHK anfordern.

■ Kampagne Gasleitungen prüfen

Der Landesinnungsverband Hamburg gab 1999 die Initialzündung für eine wichtige Kampagne, die der ZVSHK seitdem bundesweit umzusetzen versucht. Unter dem Motto Gas ganz sicher sollen die Endnutzer via SHK-Fachbetrieb sensibilisiert werden, Gas-Versorgungsleitungen und angeschlossene Geräte in einem einwandfreien Zustand zu betreiben. Eine selbstverständliche Angelegenheit? Weit gefehlt angesichts der in Hamburg durchgeführten Testergebnisse, wonach jede 15. Gasleitung in irgendeiner Form reparaturbedürftig war und jede 150. Leitung eine Leckage hatte. Diese Mißstände sollte der SHK-Fachbetrieb als Chance begreifen und sich mit Rat und Tat beim Endkunden ins Gespräch bringen – doch sollte man auf dieses Gespräch vorbereitet sein. Wer bei der Kampagne Gas ganz sicher als Innungsbetrieb mitmachen will, erhält in einem Eineinhalb-Tage-Kurs entsprechende Instruktionen. Daß dabei das technische Know-how nicht im Vordergrund steht, dürfte klar sein angesichts der fundierten Ausbildung einschließlich des großen Befähigungsnachweises. Vielmehr geht es in der Weiterbildungsmaßnahme besonders um organisatorische Ab-

läufe, rechtliche Hintergründe, Kundenbindung, Gesprächsführung und um das richtige Erscheinungsbild des SHK-Fachbetriebes. Folgende Landesverbände haben sich bereits für die Umsetzung der Kampagne Gas ganz sicher entschieden: Bayern, Berlin, Brandenburg, Baden-Württemberg, Hamburg, Mecklenburg-Vorpommern, Pfalz, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Schleswig-Holstein und Thüringen. Mittlerweile sind über 500 Betriebe aktiv, um diese Kampagne in die Tat umzusetzen. Zwecks Teilnahme wenden sich Fachbetriebe bitte an einen der vorgenannten Landesverbände oder an den ZVSHK.

■ Handwerkermarke Smart-Mobile übergeben

Als sichtbares Zeichen für die Handwerkermarke mit jetzt 12 Partnern waren auf der ISH ein Dutzend Smart-Automobile postiert. Mit einer Regaleinrichtung von Ausrüster Servicemobil im Heck wurden sie aber nicht für ein Statisten-Dasein gebaut, sondern für den werbewirksamen Einsatz als Servicefahrzeug. Ein groß angelegtes Preisausschreiben ermöglicht diese Nutzung: Jedes der geleasten Fahrzeuge kann ein Jahr lang ohne Fixkosten genutzt werden. Anfang Mai holte eine Reihe von Gewinnern die rollenden Werbeflächen vom Frankfurter Messegelände ab. Sie starteten zu folgenden Firmen:

Horst-Dieter Schmitt, Bietigheim
Koch Haustechnik, Schmelz
Helge Hintermeier, Roding
Bert Schultze, Berlin
Karl-Heinz Maier, Höfen
Schmitz und Gössl, Westerburg
Norbert Freund, Johannesburg
Christoph Krupp, Bad Neuenahr-Ahrweiler

■ Bau-Handwerke Gemeinsame Interessen

Der Bau-Skandal durch den Fall Schneider ist noch gut in Erinnerung. Zahlreiche Handwerksbetriebe waren davon unmittel-



Die ersten Gewinner holten ihre Smart-Mobile in Frankfurt ab

bar betroffen und in diesem Zusammenhang ist erst richtig deutlich geworden, wie schlecht der Organisationsgrad der am Bau beteiligten Handwerksunternehmen in der Vergangenheit war – im Gegensatz zur Bau-Industrie. Dort stützt man sich seit Jahren auf eine gut funktionierende Lobby-Arbeit, obwohl der Anteil der am Bau erbrachten Leistungen gerade mal 20 % beträgt. Das soll jetzt anders werden. Anfang April wurde in Berlin die Bundesvereinigung Bauwirtschaft gegründet (www.bv-bauwirtschaft.de). Die Politik orientiert sich überwiegend an den Interessen der großen Unternehmen und der Konzerne, mittelständische Unternehmen kämen dagegen nur in Sonntagsreden vor, kritisierte der erste Vorsitzende, Heinz Werner Bonjean, anlässlich der Auftaktveranstaltung. Bonjean forderte die beschleunigte Verabschiedung des im Bundestag bereits vorliegenden Gesetzes zur Bekämpfung illegaler Tätigkeit, das ein Steuerabzugsverfahren einführen wird. Er kritisierte die Bundesregierung, die dem Beispiel der Nachbarländer nicht gefolgt sei, nämlich differenzierte MwSt.-Sätze für private

Bau- und Renovierungsleistungen einzuführen. Die Benachteiligung der Personengesellschaften im Steuerrecht gehöre abgeschafft und ebenso müsse auf die Änderung der branchenbezogenen AfA-Tabellen verzichtet werden, skizzierte er einige Aufgabenfelder. Auch der mangelnden Zahlungsmoral, die vielen Betrieben den Garaus macht, müsse wirksam entgegengewirkt werden. Das Gesetz zur Beschleunigung fälliger Zahlungen habe sich als Papier-Tiger erwiesen. Deshalb werde man im Hinblick auf die anstehende Schuldrechtsreform auch ein spezielles Bauvertragsrecht fordern, skizzierte Bonjean die anstehenden Aufgaben der Vereinigung, die nun die gewerkeübergreifenden Interessen der Betriebe des deutschen Bau- und Ausbauhandwerkes gegenüber Politik, Sozialpartnern und Öffentlichkeit vertreten wird. Als eine von zahlreichen Hausaufgaben gelte es für die BV-Bauwirtschaft, den Weg für kooperierende Unternehmen zu ebnen, damit am Bau gemeinsam durchgeführte Projekte noch besser realisiert werden können. Hinter der Bundesvereinigung Bauwirtschaft stehen rund 308 000 Betriebe mit 2,6 Millionen Beschäftigten und 308 000 Lehrlingen. Ihre Mitgliedsbetriebe erbringen annähernd 80 % der Leistungen der gesamten bauausführenden Wirtschaft in Deutschland. Der ZVSHK hat die Gründung mit Nachdruck unterstützt.

ZVSHK Termine – Fakten – Informationen

12. Juni 2001
Marktchance EnEV, Kassel

31. Januar–1. Februar 2002
Deutscher Klempnertag,

Architekturpreis 2002
für Metaldächer und
-fassaden,
Würzburg

9.–16. Februar 2002
Unternehmerseminar
für das SHK-Handwerk,
Kanarische Inseln

14.–18. April 2002
Light & Building,
Frankfurt/Main

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

5./6. September 2002
Erdgasforum, Köln

3.–5. Oktober 2002
25. Kupferschmiedetag,
Friedrichshafen

25.–29. März 2003
ISH Frankfurt

Telefon (0 22 41) 9 29 90
Telefax (0 22 41) 2 13 51
info@zentralverband-shk.de
www.zentralverband-shk.de