

■ Raab **Rüffin ist neuer Marketingleiter**

Thomas Rüffin (30) hat die Leitung für den Bereich Marketing und Öffentlichkeitsarbeit bei der Joseph Raab GmbH & Cie. KG, Neuwied, übernommen. Er trägt



damit auch die Verantwortung für die zur Raab-Gruppe gehörende Kutzner + Weber GmbH & Co. KG. Als vorrangiges Ziel bezeichnet der Betriebswirt (VWA) die konsequente Unterstützung der kundenorientierten Vertriebsstrategie sowie die Optimierung von Synergieeffekten innerhalb der Raab-Gruppe. Mit etwa 450 Mitarbeitern erzielte die Gruppe im Jahr 2001 ein Umsatzvolumen von rund 51 Millionen Euro.

■ Viessmann **Heiztechnikpionier gestorben**

Am 30. 3. 2002 starb Hans Viessmann im Alter von 84 Jahren in seiner Heimatstadt Hof an der Saale. 1946 hatte er den aus einer Schlosserwerkstatt hervorgegangenen Produktionsbetrieb seines Vaters mit 35 Mitarbei-

tern übernommen. In den Folgejahren entwickelte Viessmann das Unternehmen dann zu seiner heutigen internationalen Bedeutung. Mit Engagement, Weitblick und Erfindergeist bestimmte er maßgeblich den technologischen Fortschritt in der Heizungs- und Kältetechnik und wurde so zu einer der großen deutschen Unternehmerpersönlichkeiten der Nachkriegszeit. Er galt als begnadeter Techniker und Ingenieur mit sicherem Gespür für das technisch Machbare und für die Bedürfnisse des Marktes und der Marktpartner. Für sein erfolgreiches Wirken wurde er mit bedeutenden Auszeichnungen und Ehrungen gewürdigt. In den letzten zehn Jahren lebte er vornehmlich in seiner oberfränkischen Heimatstadt Hof. Dort leitete der Heiztechnikpionier noch den Unternehmensteil mit der Kältetechnik, nachdem er Ende 1991 die



Viessmann Werke Allendorf mit der Heizungstechnik seinem Sohn Dr. Martin Viessmann übergeben hatte. Dieser leitet seitdem das Unternehmen in dritter Generation.

Der Bundesverband der Deutschen Heizungsindustrie e. V. (BDH) würdigte Hans Viess-

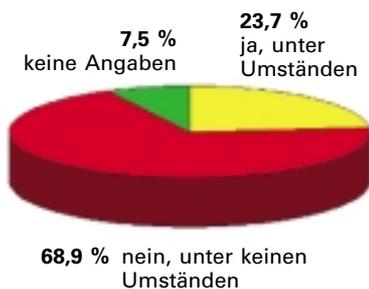
■ SHK-Barometer

Würden Sie auch Plagiate kaufen?

Sehr ärgerlich für Hersteller, die mit enormem Aufwand neue Produkte und Systemlösungen entwickeln, ist das Thema Plagiate. So ist beispielsweise die Duscholux-Minibad-Lösung Piccolo längst nicht mehr nur bei dem Schriesheimer Unter-

nehmen zu finden. Das gleiche gilt für die Sechseckbadewanne Atlantis von Hoesch oder die Dornbracht-Armatur Tara, die von Kreuzgriffen geprägt wird. Wir fragten in unserem SHK-Barometer-Panel das Handwerk: Würden Sie auch Plagiate von Sanitär-

Würden Sie auch Plagiate von Sanitärarmaturen kaufen?



armaturen kaufen? 68,9 % antworteten mit einem klaren „Nein“. Trotz dieser Willenserklärung läßt sich offenbar gutes Geld damit verdienen. Größtes Problem für das Handwerk ist, erst einmal zu erkennen bei welchem Produkt es sich um ein Plagiat handelt. Hier tragen auch die Hersteller der Originale dazu bei, daß dies oft im nebulösen bleibt. Denn Roß und Reiter wird, auch in Anbetracht der schwierigen juristischen Beweislage, nie oder selten genannt.

Übrigens: Weitere Infos zum SHK-Barometer gibt es beim Marketing Service Team des Gentner Verlag Stuttgart unter (07 11) 63 67 28 36.

mann als Pionier der Heizungs-technik, der sich auch konsequent für die Verbände der Branche engagierte. So war der Verstorbene u. a. Mitbegründer und Präsident des Stahlheizkesselverbandes, einem der Gründerverbände des BDH, sowie Vorsitzender der Vereinigung von Verbänden der deutschen Zentralheizungswirtschaft, der Vorgängerorganisation der heutigen Vereinigung der deutschen Zentralheizungswirtschaft (VdZ).

Aufgrund des schlechten konjunkturellen Umfeldes in der Bauwirtschaft sei allerdings kein Angebot der Bedeutung und dem Potential des Unternehmens gerecht geworden, hieß es in einer Pressemitteilung. Der Vorstand der Preussag AG habe deshalb entschieden, am Engagement an der Wolf GmbH (Umsatz ca. 200 Millionen Euro) festzuhalten. Unter dem Dach der Preussag AG will das Unternehmen seine Strategie fortführen, „die Marktführerschaft im Klimatechnik-Bereich auszubauen, sowie die bedeutende Position in der Heiztechnik weiter zu festigen“.

■ Wolf

Bleibt bei Preussag

Die Preussag AG hatte im September 2001 u. a. den Verkaufsprozeß für die Wolf GmbH, Mainburg, im Rahmen einer Auktion in die Wege geleitet. Als Ergebnis dieses Prozesses hätten mehrere Interessenten Angebote abgegeben.

■ **Kübler** **Ältester Dunkelstrahler gesucht**

Kübler, Hersteller von Dunkelstrahler-Systemen, vergibt 2002 erstmalig den „Dino-Preis“ für die älteste installierte Kübler- und Ambirad-Anlage Deutschlands. Mitmachen kann jeder, der seine Halle mit Dunkel-



Dunkelstrahler-Hersteller Kübler prämiert die ältesten Anlagen Deutschlands

strahlern genannten Marken beheizt. Um am Wettbewerb teilzunehmen müssen lediglich Name, Adresse und Alter der Anlage per Telefax (06 21) 5 70 00-57 an Kübler, Ludwigshafen, übermittelt werden. Sollte der Teilnehmer selbst nicht wissen, um welche Geräte es sich bei ihm unter der Hallendecke handelt und wie alt diese sind, schickt der Veranstalter ein Jury-Mitglied, das die Anlage vor Ort begutachtet. Hauptpreis ist eine 14tägige Reise für zwei Personen nach Budapest. Der Einsendeschluß ist der 1. 10. 02. Weitere Infos gibt es auch im Internet unter www.kuebler-hallenheizungen.de.

■ **Tylö** **Umsatzplus**

Nach Angaben der Tylö Saunafreizeit Klaus Schlenker GmbH hat das Unternehmen im Jahr 2001 ein Umsatzplus von ca. 13 % bei gleichbleibenden Erträgen in Deutschland erzielt. Im laufenden Jahr erwartet man eine Umsatzsteigerung von mindestens 12–15 %. Neben der Investition in die neue, achtsprachige Internetseite www.tylo.com wurde der Umbau der 200 m² großen Ausstellung fertiggestellt. Hier besteht für Kunden die Möglichkeit, die Wellnessprodukte von der klassischen finnischen Sauna, dem Tylarium (Biosauna), den Infrarot-Wärmekabinen bis hin zur Dampfkabine und Dampfdusche selbst auszuprobieren. Im Produktbereich befaßt sich das Unternehmen aktuell mit Optimierungen bei den bestehenden Produkten sowie mit Neuheiten im Sauna- bzw. Dampfbadbereich. Weitere neue Produkte, wie z. B. Saunaöfen und Kamine, waren durch die Übernahme des ältesten finnischen Saunaofenherstellers Kastor hinzugekommen.

■ **Destatis** **22,9 % weniger Wohnungen fertiggestellt**

Wie Destatis, das Statistische Bundesamt, mitteilte, wurden im Jahr 2001 in Deutschland 326 200 Wohnungen fertiggestellt. Das waren 22,9 % oder 96 900 Wohnungen weniger als im Vorjahr. Von Januar bis Dezember 2001 wurden in Wohngebäuden 285 900 Neubauwohnungen und 33 600 Wohnungen durch Baumaßnahmen an bestehenden Gebäuden (z. B. Ausbau von Dachgeschossen) fertiggestellt. Der Rückgang war bei Neubauwohnungen in Zwei- und Mehrfamilienhäusern mit 22,3 % bzw. 27,0 % besonders stark. Weniger Baufertigstellungen gab es auch für Wohnungen in Einfamilienhäusern (–18,4 %). Der umbaute Raum der fertiggestellten neuen Nichtwohngebäude nahm gegenüber dem Vorjahr von 208,9 auf 207,6 Millionen m³ leicht ab (–0,6 %). Insbe-

sondere durch öffentliche Bauherren wurde weniger Raum in Nichtwohngebäuden erstellt (-5,9 %); bei den nichtöffentlichen Bauherren wurde nahezu das Vorjahresergebnis erreicht. Im Rahmen von Baumaßnahmen an bestehenden Gebäuden war im Bereich der Wohngebäude ein Rückgang von 23,4 % (von 43 797 auf 33 553 Einheiten) zu verzeichnen.

■ **Kaldewei** **TV-Spot Casanova**

Beflügelt durch das positive Echo von Endgebrauchern, Handel und Handwerk schickt Kaldewei die erfolgreiche TV-Kampagne „Casanova“ in einer zweiten Welle „on air“. Von Kalenderwoche 19 bis 24 und 35 bis 37 werden die Bilder des Kaldewei Spots noch einmal auf den Privatsendern RTL, SAT 1, RTL 2, VOX, Pro7, n-tv,

■ **Wieland-Werke** **Modulares Schulungskonzept**

In einem modularen Schulungskonzept des Cuprotherm-Herstellers Wieland können einzelne Kurse miteinander kombiniert werden. Von einer fünfzehnminütigen Einführung bis hin zum halbtägigen Training bietet das Programm verschiedene Möglichkeiten. In den einzelnen Schulungen werden Kenntnisse über Cuprotherm-Fußboden- und Wandheizungen, Flächenheizungs-Sonderlösungen sowie über die Verarbeitung von Sanco- und Wicu-flex-Rohren vermittelt. Auch die Regenwassernutzung mit Kupferrohren und die Anbindung von Solaranlagen sind Themen aus dem Angebot. Weiter Infos gibt es von Wieland, Edmund Klingler Telefon (07 31) 9 44 26 76, Telefax (07 31) 9 44 28 20.



Ab Anfang Mai wird der Kaldewei TV-Spot „Casanova“ wieder bei den Privatsendern zu sehen sein

K1 und SRTL gezeigt. Hierfür setzt das Unternehmen nach eigenen Angaben „ein erhebliches Media-Spending im 7stelligen Bereich ein.“ Der Werbedruck wird mit 640 GRPs angegeben, wodurch 78,1% der Zielgruppe erreicht werden würden. Zusätzlich zum Fernsehengagement unterstützt Kaldewei Fachhandel und Handwerk mit flankierenden Verkaufsförderungsmaßnahmen.

■ **Koralle** **VKF-Aktion**

Koralle startet derzeit die VKF-Aktion „Wellness für Genießer“, in dessen Mittelpunkt das verbesserte „Normafit“-Whirlsystem steht. Die Aktion umfaßt eine Reihe maßgeschneiderter Werbemittel – wie Großflächenplakate, Florpost und Prospekte – für Sanitärfachhandel und -fachhandwerk. Der Aktionszeitraum, in dem sich die Handelspartner für eine Beteiligung an der VKF-Aktion entscheiden können, läuft bis Ende Juni. Die Werbemittel selbst sollen bis weit in die zweite Jahreshälfte hinein zum Einsatz kommen.