

› SBZ 22/03 ‹

Muss es der Schornsteinfeger sein?

In der SBZ 22/2003 plädierte Bruno Seyb in seinem Leserbrief eindeutig für die Beibehaltung der Schornsteinfegeraktivitäten und seiner hoheitlichen Aufgaben rund um die Emissionsmessungen. Hierzu kam folgender Kommentar:

Ich stimme im allgemeinen mit Herrn Seyb aus Cleeborn überein. Aber muss es unbedingt der Schornsteinfeger sein, der die Emissionsmessungen durchführt? Wie wird das denn in den anderen EU-Ländern gehandhabt? Warum könnte der TÜV diese Arbeit nicht übernehmen, wie bereits Tankabnahme etc.? Es könnten sehr viele Techniker dazu eingestellt werden und somit auch die Arbeitslosenzahlen dezimiert werden. Da gäbe es auch das im Leserforum noch angesprochene Problem mit den Schornsteinfegern nicht. Diese würden schon an ihr Geld kommen, wo doch die Reinigung eines Edelstahlkamins von wenigen Minuten mit 19,85 Euro zu Buche schlägt. Sicher ist die Abnahme einer neu eingebauten Ölfeuerungsanlage durch den Schornsteinfeger notwendig. Aber schon im darauffolgenden Jahr eine Messung durchführen? Warum? Was misst er? In meiner Berufserfahrung als Heizungsbaumeister habe ich festgestellt, dass sich nicht einmal nach zwei Jahren Ölfeuerungsbetrieb die eingestellten Werte ändern.

Laszlo Pal
74924 Neckarbischofsheim

› SBZ 23/03 ‹

Handwerk als immerwährender Sündenbock

Es nervt, es nervt über alles, diese ständige Besserwisserei der Industrie. Das SHK-Handwerk verschlafte die Entwicklung, das

Sehr geehrte Damen und Herren, die Industrie hat im letzten Quartal eine Vielzahl von Preiserhöhungen vorgenommen. Ab 01.01.2004 gelten daher folgende Teuerungszuschläge auf die Preise in unserer Bildpreisliste. Die aktuellen Preise auf Datatorm können Online-Kunden ab KW 52 herunterladen. Die CD's fuer alle anderen Kunden werden bis KW 2 verschickt.

Sanitaer *****	
Sanitaer-Keramik und Zubehoer	+ ca. 4,6%
WC und Urinalzubehoer	+ ca. 3,8%
Stahlbadewannen und Zubehoer	+ ca. 4,4%
Acrylwannen und Zubehoer	+ ca. 4,4%
Duschabtrennungen	+ ca. 4,5%
Spuelen, Unterbauten und Ausgussbecken	+ ca. 4,6%
Montageelemente und Installationsbausteine	+ ca. 3,8%
Sanitaer-Armaturen (Zu- und Ablauf, Elektronik, Selbstschlussarmaturen)	+ ca. 3,9%
Ausstattungsserien und Spiegel	+ ca. 4,3%
Warmwasserbereiter	+ ca. 4,3%
Installation/Heizung *****	
Press-Systeme	+ ca. 3,8%
SML-Abflussrohre und Formstuecke (neues Preis+Rabattsystem)	+ ca. 5,0%
SML-Verbinder	+ ca. 5,0%
Stahl-Abflussrohre und Formstuecke	+ ca. 4,5%
dB20/PE-Abflussrohre und Formstuecke	+ ca. 4,0%
HT-Abflussprogramm	+ ca. 10,0%
Haus- und Hofkanal	+ ca. 4,0%
Befestigungsmaterial, HZ-Sockelleisten	+ ca. 5,0%
Isoliermaterial	+ ca. 4,5%
Tempergussfittings	+ ca. 4,5%
Loeffittings	+ ca. 4,5%
Rohrleitungsarmaturen fuer Gas und Wasser	+ ca. 3,9%
Wasseraufbereitung	+ ca. 4,5%
Pumpen	+ ca. 3,8%

Ständige Preiserhöhungen trotz Konjunkturkrise sind nur ein Problem, mit dem das Handwerk sich rumschlagen muß

SHK-Handwerk verkauft zu wenig, das SHK-Handwerk ist nicht aktiv, das SHK-Handwerk bildet sich nicht weiter und überhaupt ist das Handwerk unfähig irgendetwas Vernünftiges abzuarbeiten.

Das Gejammere und der ständige Druck der Industrie ist doch nicht die Lösung unserer Krise. Warum haben wir trotz Markenbewusstsein unserer Kunden Schwierigkeiten, die Produkte zu verkaufen?

Warum erleben wir trotz Konjunkturkrise ständige Preiserhöhungen?

Warum haben sich trotz Konjunkturfalte die Liefertermine nicht verkürzt?

Warum klappt die Logistik zwischen Industrie und Handel, aber das Handwerk ist davon ausgespart?

Warum sind die Preislisten der Hersteller wohl das Geheimste, was es in unserer Branche gibt und dürfen niemals in die Hände eines Handwerkers gelangen? Darauf hin die Abschlussfrage:

Warum brechen die Direktvertreiber den Markt immer mehr auf?

Wenn wir es nicht endgültig schaffen unsere Hausaufgaben zu machen, und zwar alle Beteiligten, dann marschiert der Markt an uns vorbei. Die ständige Nörgelei am Marktpartner ohne Verbesserung der eigenen Situation ist wenig hilfreich. Wenn einer erfolgreich verkaufen kann, dann nur der Handwerker. Nur der Handwerker ist kundenorientiert, produktneutral und verkaufsaktiv. Diese positiven Eigenschaften des Handwerks können sich nur zu voller Blüte entfalten, wenn die Marktpartner sich richtig positionieren. Jeder konzentriert sich auf seine eigenen Stärken, nur so werden wir den Erfolg wieder zurück gewinnen.

Peter Mönner
81369 München

Aus Gründen der Fairness haben wir Herrn Dr. Keill die Möglichkeit zur Stellungnahme

eingerräumt. Hier seine Kommentierung des Schreibens von Herrn Mönner:

Wehren Sie sich bitte auch weiterhin gegen Besserwisserei der Industrie. Die ist oft überflüssig. Aber nutzen Sie doch auch die Einsichten von Kollegen. Über diese hat die SBZ in ihrer Ausgabe 23 berichtet. Ich persönlich habe mich lediglich zu der These hinreißen lassen, dass es nur wenige sind, die angesichts der veränderten Konsumentenwünsche nicht den Kopf in den Sand stecken.

Und die veränderten Konsumentenwünsche sind es, die uns fordern! Manchmal auch zu Veränderungen, ob wir wollen oder nicht.

Und die Direktvertreiber, die werden von den Handwerkern genutzt, denen die langfristige Herstellerbindung offensichtlich egal ist und die die guten Endverbraucherargumente der Markenindustrie bis hin zu Service und Ersatzteilwesen nicht nutzen. Zum Schaden für den Endverbraucher! Produkte, die nicht auch über ein wenig Spaß und Emotion, Markenimage und nachhaltige Argumente dem Endverbraucher verkauft werden, die kriegt der Endverbraucher überall. Dazu braucht er am Ende den Installateur nicht. Auch insofern dienen die



Wie viel Handelsblut fließt in den Adern des Fachhandwerks? Diese provokante Frage stellte Hüppe-Chef Dr. Eckhard Keill in der SBZ 23/2003

Direktvertreiber dem Image des Installateurs positiv nicht. Aber die Wertschätzung des Endverbrauchers entscheidet über die Zukunft. Die Zukunft von Industrie, Großhandel und Handwerk.

Daher mein Plädoyer: Lassen Sie uns mit unserer jeweiligen Stärke die Veränderungen beim Verbraucher wahrnehmen und versuchen sie für uns – und zwar gemeinsam – zu nutzen. Hier gibt es, lieber Herr Mönner, da haben Sie Recht, für uns alle noch viel zu tun.

Dr. Eckhard Keill
Hüppe GmbH & Co.
26148 Bad Zwischenahn

› Ölbrennwertkessel ‹

Große Probleme mit dem Kaminkehrermeister

Von Handwerksmeister Rainer Saalfeld erhielten wir einen Beitrag mit der Bitte um Veröffentlichung, den er u. a. auch an die zuständige Kaminkehrerstelle des Landratsamtes schickte. Hier eine gekürzte Fassung des Schreibens:

Das Verhalten des Bezirkskaminkehrermeisters gibt Grund zur Sorge und Tadel. Wir erhielten von den Eheleuten Wasmeier aus Gröbenzell den Auftrag, den alten Ölheizungskessel zu erneuern.

Der Bezirkskaminkehrermeister kam vorbei, um den Kaminzug zu reinigen. Es verblieb nicht bei der Reinigung. Herr Ochsenmeier begann dem Endkunden einen Vortrag zu halten über den Unsinn des Einbaues eines Ölbrennwertkessels des Herstellers Rotex. Er redete standhaft in seiner bekannten Weise den Kessel schlecht und drängte den Endkunden auf eine Änderung des Auftrages zu einem normalen Heizwertkessel aus dem seit Jahrzehnten bewährten Werkstoff Gusseisen der Hersteller Viessmann oder Buderus. Im Übrigen sei der vereinbarte Preis für diesen Kessel

sowieso viel zu hoch. Beim Kauf eines guten Gussheizwertkessels würde hier wohl ein Betrag von ca. 1500 Euro gespart.

Er riet den Eheleuten Wasmeier von der Rechnung etwas einzubehalten, um sicherzustellen, dass bei den zu erwartenden Störungen und Ausfällen des Heizkessels die Firma Saalfeld dann auch kommen würde! Auch würde der Ölbrennwertkessel eine sehr große Geräuschentwicklung haben und somit lauter sein als der alte Heizkes-



Dem Rotex-Ölbrennwertkessel im Keller der Familie Wasmeier: Von der Stiftung Warentest erhielt er als Testsieger die Note 1,7 – der Bezirksschornsteinfegermeister wettete trotzdem dagegen

sel. Viel Freude werde der Kessel den Eheleuten Wasmeier nicht bereiten. Auf Grund dieser Ausführungen des Herrn Ochsenmeier rief dann der Endkunde sofort bei uns an und teilte uns den Inhalt des Vortrages/die Belehrungen des Herrn Ochsenmeier mit.

Frau Wasmeier wurde von den Ausführungen des Bezirkskaminkehrermeister so verunsichert, dass Sie an uns inständig die Bitte nach Umtausch des Heizkessels in einen normalen Guss-Heizkessel herantrug. Es gelang uns, durch weitere Hinweise und Informationen

Wie denken Sie darüber?

Auch diesmal stimmt das SBZ-Leserforum wieder nachdenklich und bildet eine gute Grundlage für eine fundierte Fachdiskussion. Was denken Sie zu den hier angesprochenen Punkten? Schreiben Sie an die SBZ-Redaktion Postfach 10 17 42 70015 Stuttgart sbz@gentnerverlag.de

schließlich doch, die Eheleute Wasmeier von der Richtigkeit ihrer ursprünglichen Kaufentscheidung zu überzeugen. Wir müssen auch noch darauf hinweisen, dass hier eindeutig gegen die Bestrebungen der Gemeinde Gröbenzell verstoßen wird. Mit ihrem Programm zur Förderung der Energieeinsparung und der Nutzung regenerativer Energiequellen möchte sie den Endkunden zur Verwendung von Wärmepumpen mit größtmöglicher Brennstoffersparnis in der Brenntechnik veranlassen. Wie passt das mit den Ausführungen des Fachmanns vor Ort beim Kunden zusammen? Ein derart falsches und einseitiges Beraten eines halbamtlichen Fachmannes ist uns sonst noch nicht untergekommen.

Rainer Saalfeld
82140 Olching

» Heiler <

Lieferung direkt an Endkunden?

Auf die Veröffentlichung in 19/2003 „Glasduschen einfach montiert“ erhielten wir aus der Heidelberger Region Anrufe. Die Handwerksmeister teilten uns ihren Unmut mit, dass wir in der SBZ Informationen über einen Hersteller veröffentlicht haben, der Endverbraucher direkt beliefert. Dies war uns nicht bekannt und wir baten deshalb die Firma Heiler uns

ihre Vertriebspolitik näher zu erläutern. Hier das Schreiben: Bis vor sieben Jahren waren wir tatsächlich ein Direktvermarkter. Erst dann erfolgte der Entschluss, den Vertriebsweg umzustellen auf einen zweistufigen Vertrieb über das Sanitär-Handwerk. Wie jeder Fachmann aber weiß ist es nicht so einfach, bundesweit ein funktionierendes Netzwerk mit guten Partnern aufzubauen. Insofern konnten wir die Türen für Endkunden nicht von heute auf morgen einfach schließen, insbesondere nicht in unserer Region mit ihren nunmehr über 20 Jahre gewachsenen Kontakten. Um trotzdem keinen Zweifel daran zu lassen, dass wir als fairer Partner den ausschließlichen Vertrieb über das Handwerk anstreben, haben wir folgende Lösung gefunden:

1. Wir beliefern Endkunden nur im Radius von etwa 30 km rund um unser Werk.
2. Wir fragen in jedem Fall, welcher Sanitärbetrieb das jeweilige Bad betreut und ob wir über diesen Betrieb abrechnen dürfen. Viele Bauherren sind damit einverstanden.
3. Wenn der Kunde die Abrechnung über „seinen“ Installateur strikt ablehnt und gar droht, sich in diesem Fall lieber im Baumarkt zu bedienen, rechnen wir selbst ab und zahlen unaufgefordert eine Provision von 15 % an den betreuenden Betrieb. Dabei sind wir kein Wohltätigkeitsverein sondern ganz im Gegenteil Geschäftsleute, denen es allerdings auf die langfristige Perspektive ankommt: Mit dem überraschenden Scheck und der Haltung, die dahintersteht, haben wir gerade in unserer Region viele Sanitär-Installateure als überzeugte Heiler-Kunden gewinnen können. Selbst unsere Handwerkspartner hier in Waghäusel direkt machen einen beachtlichen Umsatz mit uns. Diese Fairness gegenüber dem Handwerk befolgen (wie jeder aus der Branche weiß) längst nicht alle Hersteller. Es wird uns in der Regel deshalb auch ver-

ziehen, wenn wir in Einzelfällen gezwungen sind, von diesem korrekten Weg abzuweichen. Dann nämlich, wenn der Endverbraucher nicht bereit ist, uns seinen Installateur zu nennen. Im Übrigen haben wir auch unsere Anzeigen in der Regionalpresse noch mehr neutralisiert. Unsere Provisionszahlungen an Betriebe, die in Planung und Montage zu keinem Zeitpunkt involviert waren, lassen sich jedoch leider auch in den neuen Anzeigen für Endkunden nicht darstellen.

Es lohnt sich für beide Seiten. Denn immerhin haben wir, gemeinsam mit unseren Partnern im Handwerk, in diesem viel bejammerten Jahr 2003 ein Umsatzplus von 15 % erreicht.

Stefan Heiler
68753 Waghäusel

» Produkthaftung <

Vom Hersteller über den Tisch gezogen

Was Herstellerfirmen unter Produkthaftung verstehen ist manchmal haarsträubend. Dem Handwerker wird Produkthaftung versprochen, damit er das Material oder die Anlage kauft. Wenn aber ein Problem auftritt und das Material fehlerhaft ist, lehnt die gleiche Firma die Übernahme der Austauschkosten mit der Begründung ab: „Nach eingehender Prüfung des Materials haben wir festge-

stellt, dass Ihnen beim Einbau ein Fehler unterlaufen ist. Das Material ist fehlerfrei geliefert worden. Wir lehnen die Übernahme der Austauschkosten ab.“ So ist es uns jedenfalls mit der in Brühl ansässigen Total Energie Deutschland GmbH passiert. Es sieht aus, als ob es sich hierbei um einen Standardbrief des Photovoltaikherstellers handelt. Firmen wie diese gehen davon aus, dass ihre Aussage nicht bezweifelt wird, da sie ohne zusätzliches Gutachten nicht widerlegt werden kann. Und diese Gutachten kosten viel Geld, das kein Handwerker auszugeben bereit ist. Es gibt einige Industriefirmen, die so verfahren und ihre Versprechungen nicht einhalten. In unserem Fall sind wir auf den Austauschkosten für die Photovoltaikanlage sitzen geblieben, obwohl es sich eindeutig um einen Fehler handelte, den der Hersteller zu vertreten hat. Dies ist kein Einzelfall. Sicher haben Sie ähnliche Erfahrungen gesammelt. Bitte schreiben Sie an die SBZ-Redaktion, damit derartige Machenschaften ans Tageslicht kommen. Denn nur wenn jeder seine Meinung öffentlich sagt, können wir Handwerker gegen solche dubiosen Machenschaften angehen. Mein Appell an alle Handwerker: Meldet Euch zu Wort – wehrt Euch!

Pia Metzger
Metzger GmbH
77731 Willstätt



Kein Einzelfall: Die Firma Metzger blieb auf den Austauschkosten für die Total-Photovoltaikanlage sitzen