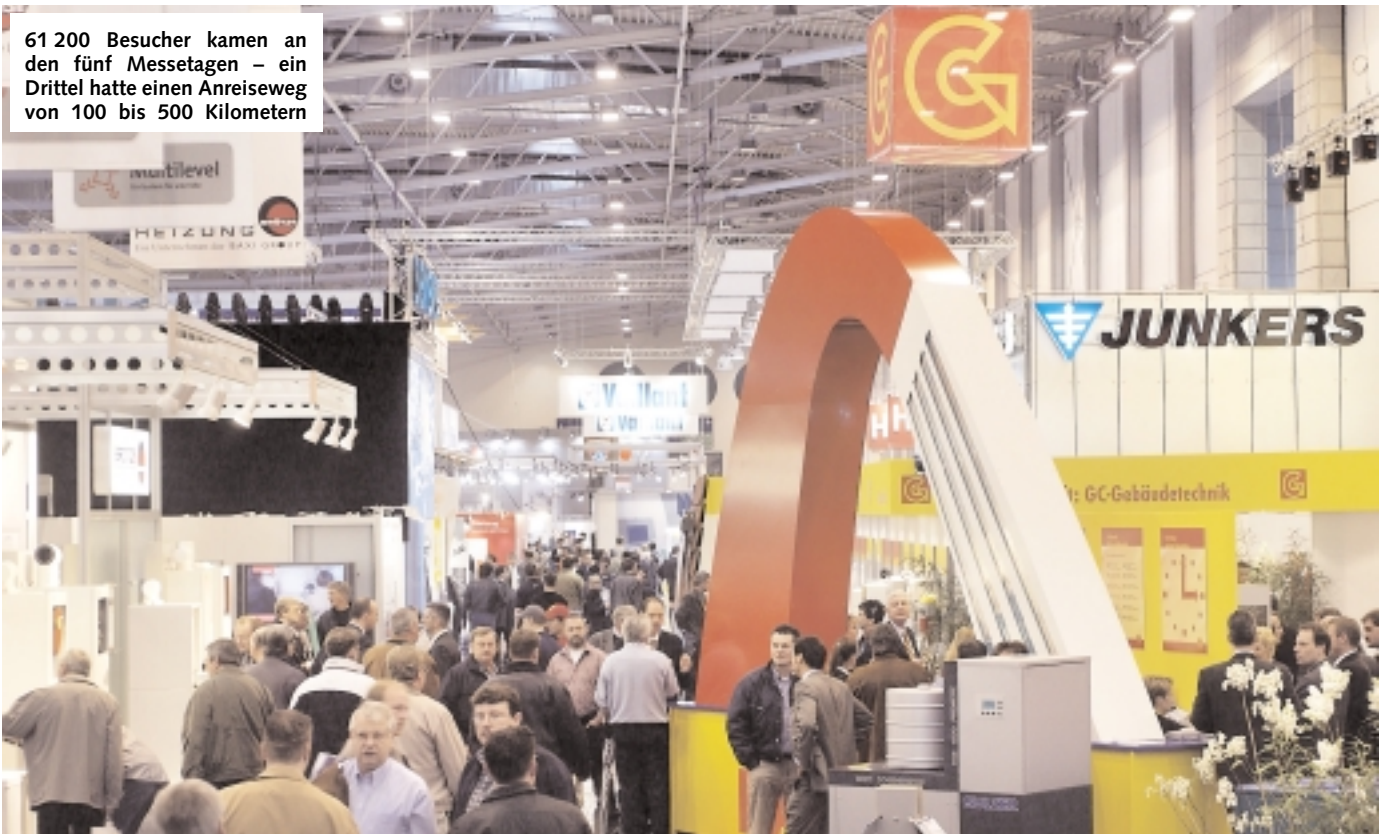


61 200 Besucher kamen an den fünf Messtagen – ein Drittel hatte einen Anreiseweg von 100 bis 500 Kilometern



Leichtes Plus für SHK Essen 2004: 61 200 Besucher

Verhaltener Optimismus

Die Ungewissheit über die wirtschaftliche Entwicklung drückte der SHK Essen vom 16. bis 20. März ihren Stempel auf. Allgemeinwärtig spiegelte sich die Hoffnung auf eine leichte, anhaltende Aufwärtsbrise. Gilt es doch in gemeinsamer Kooperation zwischen Industrie, Handel und Handwerk die noch vorhandenen Investitionsbremsen zu lockern.

Angesichts rückläufiger Besucherzahlen der letzten Essener Veranstaltungen und der Diskussion um die SHK-Messestandorte in Deutschland, hatten Messegesellschaft und Trägerverbände mächtig die Werbetrommel gerührt, um den Trend umzukehren. Erstmals wurden auch die Handwerker aus den nördlichen Bundesländern aktiv beworben, da die Hamburger SHK „aufgrund der schlechten Wirtschaftslage“ in diesem Jahr ausgesetzt wurde.

Letztlich kamen 61 200 Besucher an den fünf Messtagen in die Essener Messehallen. Laut Messegesellschaft hatte ein Drittel einen Anreiseweg von 100 bis 500 km. Damit lag die SHK 2004 leicht über der Vorveranstaltung und die überwiegende Zahl der 580 Aussteller (vormals 600) zeigten sich im Großen und Ganzen mit dem Ablauf der Veranstaltung „zufrieden“. In der

offiziellen Messestatistik liest sich das wie folgt: „Im Mittelpunkt des Besucherinteresses standen die Bereiche Heizungstechnik (54,7 %), Sanitärtechnik (51,7 %), Wassertechnik (27,4 %) und Klimatechnik (25 %). 94 % der Besucher der SHK Essen waren vom Fach: 31 % waren Heizungstechniker, 24,6 % Installateure und 12 % Architekten, Planer und beratende Inge-



Der offizielle Messerundgang mit Oberbürgermeisterin Jäger führt auch zum Grohe-Stand: Ob Grohe-Chef Dr. Pankow (Mitte) daraus Umsatz generieren konnte?

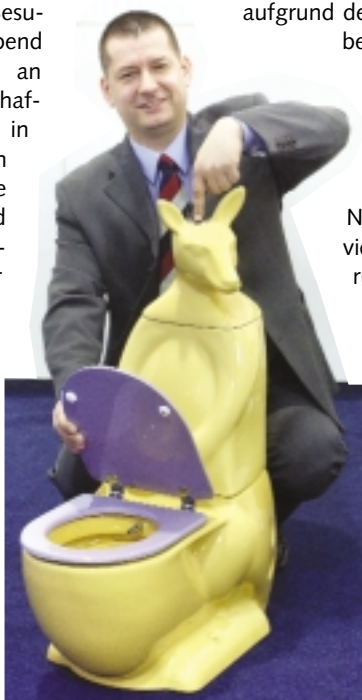


Im Umfeld der SHK Essen fand die Siegerehrung des 1. SHK-Kreativ-Wettbewerbes statt. Alles Wissenswerte hierzu finden Sie in der nächsten SBZ



Messepolitik: Auf der SHK-Presskonferenz sprachen sich Prof. Dr. Burger im Namen der Heizungsindustrie und Hartmut Dalheimer (Sanitärindustrie) für die Durchführung von nur noch zwei Regionalmessen bundesweit aus

neure. 62,5 % der Besucher sind ausschlaggebend oder mitentscheidend an den Einkaufs- und Beschaffungsentscheidungen in ihrem Unternehmen beteiligt; weitere 18,1 % sind beratend tätig. 35 % hatten Abschlüsse getätigt oder beabsichtigten dies. Über die Hälfte der Besucher wollten



Ein echter Hingucker: Das Känguru des Berliner Anbieters Temtasi

aufgrund der Kontakte und Informationen bei der SHK Essen Verträge abschließen oder kaufen.“

Mit harten Bandagen

Nachdem die letzten Jahre für viele Aussteller mit Umstrukturierungsprozessen und Kostenoptimierung verbunden waren, setzte sich in Essen der Trend zu kleineren Messeständen fort. Die verkaufte Nettoausstellungsfläche ging um ca. 9 % von 35 803 m² im Jahr 2002 auf nun ca. 32 938 zurück. Dementsprechend war erstmals die Halle 7 nicht belegt. Dies tat

der Veranstaltung jedoch keinen Abbruch. Man rückte näher zusammen. Zweigeteilt war das Lager der Aussteller in anderer Beziehung. Während viele Anbieter ein wahres Innovationsfeuerwerk (fast) à la ISH abbrannten, verzichteten andere gänzlich auf die Vorstellung neuer Produkte und nutzten die Messe allein zur Kundenpflege.



Vergleichende Werbung: Die Mettlacher wollten mit einem Testaufbau nachweisen, dass die schmutzabweisende Keramag-Spezialglasur KeraTect nicht pflegeleichter als Villeroy & Boch-Standardkeramik ist



Auch Walter Timmermann und Dr. Theo Jannemann (beide DVGW) interessierten sich für das „juwelierte Wasser“ von Judo

Dass trotz der positiven Grundstimmung viele Anbieter mit harten Bandagen kämpften, belegen zwei Beispiele. So glich die Darstellung auf dem Messestand des Informationszentrums Entwässerungstechnik Guss (IZEG) einer Kampfansage an die Hersteller von Abflussrohren aus Kunststoff. Hatte Geberit im letzten Jahr auf Schulungsveranstalten das Brandverhalten der „Gussrohrbeschichtung“ alt aussehen las-



Dürfen auf einer SHK-Messe nicht fehlen: Außergewöhnliche WC-Deckel wie hier von Nicole-Möbel aus Fulda/Brück



sen, präsentierte die IZEG nun auf dem Messestand einen Film, der einen Brandversuch des Materialprüfungsamtes Erwitte

zeigt. Darin war zu sehen, dass „db 20“ von Geberit, „AS“ von Wavin, „Raupiano“ von Rehau und das „Friaphon“ von Friatec schon nach kurzer Zeit lichterloh brannten. Die entsprechenden Gussrohre von Saint Gobain und Düker zogen sich dagegen gut aus der Affäre. Vergleichende Werbung mit Schock-Charakter. Ebenfalls für viel Wirbel sorgte der Messeauftritt von Villeroy & Boch. Auf dem SHK-Messestand versuchten die Mettlacher mit einem Testaufbau nachzuweisen, dass die schmutzabweisende Keramik-Spezialglasur KeraTect nicht pflegeleichter als Villeroy & Boch-Standardkeramik ist. Vorausgegangen war eine „kernige“ Produktwerbung der Keramik AG. Doch hierzu mehr ab Seite 72.



Trotz einer guten Präsentation durch motivierte Referenten fand die Klima-Sonderschau nur mäßigen Anklang

Ganz brav dagegen verhielt sich die Wasserbehandlungsbranche, die sich nach den Wettbewerbsstreitigkeiten der letzten Jahre nun ganz offensichtlich auf die Vermarktung ihrer Produkte konzentriert. Dabei erhielt in Essen die Fahrlanze der Hersteller, die „esoterische“ Geräte anbieten, Zuwachs. Erstmals präsentierte die Gewinner Judo GmbH „juweliertes Wasser“.

Sonderschaubesuch verbesserungswürdig

Neben den vielen Produktschmankerln gab es auch diverse Sonderschauen. Renommiertere Hersteller zeigten in der Sonderschau „Bäder für Alte – Bäder für Alle“ individuelle Badlösungen auf und machten deutlich, dass ein Komfortbad nicht nur für die Generation 50+, sondern auch für jüngere Nutzergruppen Vorzüge bietet. Leider auf wenig Besucher-Resonanz stieß die Sonderschau Klima, die das SHK-Handwerk mit der Raumklimatisierung via Split- und Multisplitgeräten für eine Marktnische sensibilisieren wollte. Dabei wurden in vier Musterräumen betriebsbereite Klimälösungen gezeigt. Zudem erläuterten eifrige Referenten, oft vor leeren Stühlen, die Chancen im Zukunftsmarkt Raumklima.

Eigentlich schade, aber vielleicht stößt diese Thematik auf der nächsten SHK auf mehr Gegenliebe. Laut Befragung der Messgesellschaft wollen 84,1 % der Besucher und auch 84 % der Aussteller 2006 die nächste SHK Essen wieder besuchen. Obwohl viele, die von Dienstag bis Samstag andauernde SHK für einen Tag zu lang halten, soll die nächste SHK Essen wieder über fünf Tage gehen und vom 7. bis 11. März 2006 statt finden. DS



Vergleichende Werbung mit Schock-Charakter: Die IZEG zeigte einen Film, in dem brennende Kunststoffrohre zu sehen waren



Auch die namhaften Hersteller der Heizungsindustrie stellten in Essen aus