

2x Kreativität gefragt



Tolle Ergebnisse und interessante Erkenntnisse brachte der 1. Kreativ-Wettbewerb, zu dem die SBZ gemeinsam mit den Industriepartnern Illbruck, Dornbracht und Alape aufgerufen hatte. Die besten Badplaner Deutschlands gaben sich ein Stelldichein und warteten mit außergewöhnlich schöpferischen Badentwürfen auf. Erstmals wurde ein Fachpreis für gestalterische Fantasie, fachliches Können und menschliches Einfühlungsvermögen vergeben. Das Gros der Einsendungen kam von engagierten Handwerksbetrieben. Planer aus dem Großhandel und insbesondere die TGA-Fachplaner konnten oder wollten sich, bis auf wenige Ausnahmen, nicht mit den Spezialisten aus dem Handwerk messen. Deutlich wurde, dass computergestützte Badplanungsprogramme immer noch stark kreativen Beschränkungen unterliegen. Die Handzeichnung oder Kombinationen von Handzeichnung und Computerdarstellung offenbarten Vorteile gegenüber der anonym wirkenden und weniger flexiblen Computergrafik. Wer nicht stur an der Wand entlang mit starr vorgegebenen Formen planen will, muss selbst Hand anlegen. Dies könnte im Ernstfall ein entscheidender Faktor für die Entscheidungsfindung des Kunden bei der Auftragsvergabe sein. Hier sind die Programmanbieter gefordert mehr Flexibilität zu ermöglichen. Doch sehen Sie selbst. In dieser SBZ-Ausgabe erfahren Sie, wer gewonnen hat und wer zu den Top-20-Kreativ-Bad-

planern Deutschlands gehört. Ab Seite 10 finden Sie die Zusammenfassung und erste Ergebnisse. In den nächsten Ausgaben stellen wir die prämierten Entwürfe dann ausführlich vor.

Kreativität ist auch bei der Vermarktung von Raumklimageräten gefragt. Auf den Frühjahrmessen in Essen und Nürnberg gab es Sonderschauen zum Thema Raumklimatisierung – auf mehreren Ständen waren sogenannte „Split- und Multisplitgeräte“ zu sehen. Namhafte Hersteller wie Stiebel Eltron oder neuerdings auch Vaillant haben eine umfangreiche Gerätepalette zur dezentralen Raumklimatisierung in ihre Lieferprogramme aufgenommen. Doch viele SHK-Handwerksbetriebe zögern noch, sich intensiv mit der Thematik auseinanderzusetzen. Dies könnte sich schon bald negativ auswirken. Laut Klimaforschern und Meteorologen werden die Sommer auch in unseren Breitengraden extremer und heißer und damit stehen der dezentralen Klimatisierung rosige Zeiten ins Haus. Dabei kommt neben einem zeitlich auf drei Sommer- bzw. Vorsommermonate begrenztem Saisongeschäft im privaten Bereich ganzjährig die Montage von Raumklimageräten in Arztpraxen, Boutiquen und Bürogebäuden hinzu. Die Klimaanlage wirkt sich in Läden verkaufsfördernd aus. Am Arbeitsplatz ist sie nachweislich ein wirksames Mittel gegen hitzebedingten Leistungsabfall. Und eine an-

genehme Nachtruhe im Dachgeschoss bei Extremtemperaturen ist auch nicht zu verachten.

Darauf setzen auch die Kälteanlagenbauer und Elektriker, die künftig verstärkt aktiv werden wollen. Letztlich wird der Markt und die eigenen Aktivitäten entscheiden, wer das Geschäft macht. Sie haben die potenziellen Kunden für Raumklimageräte schon in Ihrer Kundendatei und können sie per „Klima-Mailing“ direkt ansprechen. Die Systemtechnologie hat sich rasant entwickelt. Bis auf das Befeuchten können Raumklimageräte alles, was lange Zeit nur großen Zentralanlagen vorbehalten war. Nutzen sie die Chance und steigen Sie rechtzeitig ein. Anregungen dafür bieten wir Ihnen ab Seite 34. Mein Tipp: Besuchen Sie die einwöchige Schulungsmaßnahme „SHK-Fachbetrieb für Komfortklima“ unserer Berufsorganisation, es lohnt sich!

Einen heißen Sommer und einen guten Einstieg ins Klimageschäft wünscht Ihnen

Ihr

Dirk Schlattmann

Dirk Schlattmann
SBZ-Chefredakteur