



Thomas Klein



Dr. Eckhard Keill

› Hüppe ‹

Klein übernimmt Geschäftsführung

Zum 1. Januar wurde Thomas Klein, bislang Vertriebsdirektor bei Hüppe, zum Geschäftsführer berufen. Er folgt Dr. Eckhard Keill, der sich künftig Aufgaben bei der Hüppe-Mutter Masco widmen wird. Thomas Klein (45) kam 1993 zu Hüppe. Zunächst verantwortlich für den Vertrieb im Ausland übernahm er 2000 auch die deutsche Vertriebsorganisation.

Dr. Eckhard Keill (51), der seit 1990 zur Geschäftsführung der Hüppe Gruppe gehörte, wurde vor fünf Jahren Group Vice President Europe bei der Konzernmutter des Bad Zwischenahner Duschbereichspezialisten und verantwortete zudem die Geschäfte der Hüppe-Gruppe in Personalunion. Aus dem SHK-Bereich gehören u. a. die Firmen Breuer, Brugmann, Damixa, Gebhardt Ventilatoren, Hansgrohe und Vasco der Masco an. Erst in den letzten Monaten hat sich die Gruppe von Jung Pumpen und Missel getrennt.

› Villeroy & Boch ‹

Delwing löst Neukirch ab

Seit dem 1. Januar 2005 ist Dr. Peter Delwing (44) Leiter des Franchise-Bereichs „Villeroy & Boch Bad Atelier“. Damit trat er die Nachfolge von Winfried Neukirch an, der das Unternehmen verlassen hat. Dr. Delwing ist promovierter Jurist und leitet seit 1999 das Innovationsmanagement bei Villeroy & Boch. In seiner neuen Funktion berichtet er an Peter von der Lippe, Vorstand des Unternehmensbereichs Fliesen. Für das konzernweite Innovationsmanagement bleibt Dr. Delwing weiterhin verantwortlich.



Dr. Peter Delwing



Winfried Neukirch

› Bundesverdienstkreuz ‹

Oberschornsteinfeger Beyerstedt geehrt

Dem Bundesinnungsmeister des Schornsteinfegerhandwerks, Hans-Günther Beyerstedt (56), ist das Bundesverdienstkreuz am Bande verliehen worden. Bereits seit 1972 engagierte sich der Schornsteinfegermeister als Referent bei fachspezifischen Fort- und Weiterbildungs-Maßnahmen. Beyerstedt ist seit 2002 Bundesinnungsmeister des Schornsteinfegerhandwerks und zugleich Präsident der Europäischen Schornsteinfegermeister Förderation mit Sitz in Brüssel.



› SFA ‹

Spende für Seebebenopfer statt ISH-Abend

Bei SFA Sanibroy hat man sich entschlossen, mit einer Tradition zu brechen. Das jeweils anlässlich zur ISH ausgerichtete Firmen-Event, bei dem man Geschäftsfreunde zu einem bunten Abend einlud, wird es im März 2005 nicht geben. SFA Vertriebsleiter André Plonka hat das für die Feier vorgesehene fünfstellige Budget an die Organisation „Aktion Deutschland hilft e.V.“ überwiesen.

› Purmo DiaNorm ‹

Delta Radiatoren übernommen

Die Purmo DiaNorm Wärme AG, Vienenburg, übernahm zum Jahresanfang die Delta Radiatoren GmbH, Meiningen. Bereits seit 2001 hielt Purmo DiaNorm einen Mehrheitsanteil von 60 Prozent. Delta Radiatoren fertigt Designheizkörper nach einem patentierten Laserschweiß-

verfahren. Im thüringischen Meiningen beschäftigt das Unternehmen rund 60 Mitarbeiter. Als Gründe für die Übernahme wurden vor allem konzernstrategische Überlegungen der finnischen Rettig ICC genannt, zu der auch Purmo DiaNorm gehört.

› Riello ‹

Wieder finanziell eigenständig

Nach der Trennung und der Übernahme des 50 Prozent-Aktienpaketes von der amerikanischen Fondsgesellschaft „The Carlyle Group“ besitzt die Familie von Ettore Riello wieder die 100-Prozent-Kontrolle über die Riello Group. Die Neuausrichtung des Unternehmens zielt mittelfristig auf den Börsengang. Der ita-

lienische Brennerspezialist beschäftigt mehr als 2000 Mitarbeiter und hat in 2003 einen Umsatz von 511 Millionen verbucht.

Die Unternehmensgruppe vereint verschiedene Marken unter einem Dach. Dazu gehören in Italien Riello, Beretta (Gaswandgeräte), Sylber und Thermital. International operiert die Riello Group mit den Marken Riello Burners, sowie der englischen Vokera und der französischen Chauffage Français.



› Umfrage ‹

Vermieter wollen ins Bad investieren

41 Prozent der von der Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) und der Fachzeitschrift „Immobilien vermieten“ befragten professionellen Vermieter wollen in den nächsten beiden Jahren eine Teilmodernisierung der von ihnen verwalteten Bäder realisieren. 27 Prozent planen eine Komplettrenovierung. Die hohe Investitionsbereitschaft ist nach Meinung von Branchenexperten auch die Folge einer repräsentativen Forsa-Untersuchung, nach der das Bad für die Deutschen bei einem Wohnungswechsel zunehmend eine Hauptrolle spielt.

› Doyma ‹

Prämienaktion gestartet

Zum Jahresbeginn hat Doyma eine bis Ende November laufende Prämien-Sammelaktion gestartet. In jeder Curaflex-Verpackung stecken Sammelheft und Treuepunkt. Je nach gesamelter Punktzahl winken Prämien von der Maglite über MP3-Player bis hin zur Kaffeemaschine. Weitere Infos unter www.doyma.de.

› Laufen ‹

Alessi-Shops werben für das Bad

Speziell für Alessi-Shops haben die Hersteller des Alessi-Bades – Laufen, Oras und Inda – ein Vermarktungskonzept entwickelt, das die Kontakte und das Image der Designmarke Alessi nutzen soll. In den Shops wird ein Video-Modul installiert, das design-interessierten Zeitgenossen Appetit auf „Il Bagno Alessi“ machen soll. In einer Videosäule mit Bildschirm läuft ein emotionsgeladenes Video. Pilotprojekt ist der Alessi-Flagshipstore im Düsseldorfer Stilwerk.



Appetit auf „Il Bagno Alessi“: (v. l.) Thorsten Fock (Flagship-Stores) Walter Schlecker (Inda), Klaus Hager (Oras) und Laufen-Geschäftsführer Dirk Kistner

› Hewing ‹

Berstdruck-Prüfungen bis 200 bar

Mit einer neuen Berstdruck-Prüfanlage hat die Hewing GmbH ihre Qualitätskontrollen ausgebaut. Mit ihr lässt sich die Druckresistenz von Rohren bis 110 Millimeter Außen-Durchmesser unter extremen Bedingungen bestimmen. Dabei werden die Rohre einer Belastung von bis zu 200 bar ausgesetzt. Auch mit Wettbewerbsrohren führt Hewing diesen Test durch, um Unterschiede in der Leistungsfähigkeit aufzuzeigen. Aus der Zeitspanne bis zum Bersten des jeweiligen Prüflings lassen sich dabei unter Berücksichtigung des Druckverlaufs und der beaufschlagten Temperatur wichtige Rückschlüsse auf die Qualität ziehen.



Auf der Hewing-Prüfanlage werden die Rohre einer Belastung von bis zu 200 bar ausgesetzt

› Ausbildung ‹

2004 schwacher Anstieg bei Lehrlingsvergütungen

617 € im Monat verdienten die Auszubildenden im Jahr 2004 durchschnittlich in Westdeutschland. Der Durchschnitt der tariflichen Ausbildungsvergütungen erhöhte sich mit 0,8 Prozent deutlich schwächer als im Vorjahr, in dem die durchschnittliche Vergütung um 2,3 Prozent angestiegen war. In Ostdeutschland betragen die tariflichen Ausbildungsvergütungen in 2004 durchschnittlich 526 € im Monat. Der Anstieg um 1,7 Prozent war fast genauso hoch wie im Jahr zuvor (1,8 Prozent). Der Abstand zum westlichen Tarifniveau blieb weiterhin unverändert: Seit 2001 wurden in den neuen Ländern durchschnittlich 85 Prozent der westlichen Vergütungshöhe erreicht. Für das gesamte Bundesgebiet lag der tarifliche Vergütungsdurchschnitt 2004 bei 601 € pro Monat und damit um 1,0 Prozent über dem Vorjahreswert (595 €). Ermittelt wurden die durchschnittlichen Vergütungen für 193 Berufe in West- und 156 Berufe in Ostdeutschland. In diesen Berufen werden fast 90 Prozent der Auszubildenden in West und Ost ausgebildet. Die in ungefähr 5 Prozent der Tarifverträge vereinbarten erhöhten Beträge für Auszubildende ab 18 Jahren wurden jeweils eingerechnet.

Sehr hohe Vergütungen gibt es in den Berufen des Bauhauptgewerbes. Spitzenreiter waren 2004 die Maurer mit durchschnittlich 833 € und im Osten 679 € pro Monat. Mit 525 € im Westen und 356 € im Osten lagen die Anlagenmechaniker für Sanitär-, Heizungs- und Klimatechnik auf Rang 13 der 20 ausgewählten Ausbildungsvergütungen. Weitere Infos gibt es unter www.bibb.de.

› Viterra ‹

Marktführer heißt wieder Ista

Unter der Devise zurück zu den Wurzeln zeigt der Spezialist für die verbrauchsgerechte Erfassung und Abrechnung, Viterra Energy Services wieder unter dem Namen Ista Flagge. Nach dem Verkauf an einen von dem britischen Finanzinvestor CVC Capital Partners beratene Fonds vollzieht die Ista Deutschland GmbH damit den letzten Schritt der Ablösung aus dem Viterra-Immobilienkonzern. Walter Schmidt, Vorsitzender der Geschäftsführung der Ista-Gruppe: „Mit der Wahl des Namens Ista knüpfen wir bewusst wieder an unsere traditionsreiche Geschichte an.“ Seit seiner Gründung 1957 in Deutschland entwickelte sich Ista in vielen Ländern zum Marktführer und ist heute weltweit die Nr. 1. Das Geschäftsjahr 2003 hat Ista International mit einem Umsatz von rund 450 Millionen Euro Umsatz abgeschlossen. Die 3200 Mitarbeiter erfassen und berechnen den Energie- und Wasserverbrauch aus 10 Millionen Nutzeinheiten und lesen im Jahr über 38 Millionen Geräte ab.



› Efficiency ‹

Neue Veranstaltung für zukunftsorientierte Baufachleute

Am 16. und 17. Juni 2005 findet auf dem Stuttgarter Messegelände mit der Efficiency eine völlig neuartige Veranstaltung statt. Die „Dialogtage für energieeffiziente Gebäude“, so der Untertitel, wollen innovative und zukunftsorientierte Baufachleute aus Handwerk, Architektur und Ingenieurwesen sowie die Wohnungswirtschaft in einen konstruktiven Dialog zum Thema Energieeffizienz von Gebäuden bringen. Ziel der Zusammenführung der am Bau Beteiligten ist, alte und neue Gebäude in energetischer Hinsicht zu optimieren, um so spätere Mangelzustände zu vermeiden. Denn kaum einer der am Bau Beteiligten sieht über den eigenen Tellerrand hinaus. Jeder sorgt dafür, dass seine eigene Arbeit ordnungsgemäß erledigt wird; ob das Ganze dann aber auch noch zur ebenso ordentlich ausgeführten Arbeit der nachfolgenden Gewerke passt, interessiert die wenigsten – zumal die Bedürfnisse der „anderen“ schlicht auch nicht bekannt sind. Hier kann der Dialog zwischen den Fachleuten unterschiedlicher Gebiete, aber auch zwischen den Experten desselben Gebietes untereinander viel bewirken. Die

Efficiency ist eine Plattform zum Austausch zwischen Wissenschaft und Praxis. Um eine große Dialogplattform herum gruppieren sich Exponate zu einzelnen Projekten. In einem äußeren Ring sind die Ausstellungsflächen angeordnet, die als zentraler Interaktionspunkt der Dialogveranstaltung dienen.



› Villeroy & Boch ‹

Mit Bad Ateliers 1,5 Millionen Euro Umsatz

Im März 2004 ging Villeroy & Boch mit den ersten drei Villeroy & Boch Bad Ateliers in Köln, Hannover, Bad Oeynhausen und Münster an den Start. Im Mittelpunkt dieses Franchise-Konzepts steht die Vermarktung von Komplettbädern. Villeroy & Boch unterstützt die Handwerksbetriebe bei Marketing und Unternehmensführung. Im Dezember ging nun die Pilotphase zu Ende. „Über 20 000 Besucher konnten die vier Bad Ateliers in nur neun Monaten erreichen“, berichtete der mittlerweile bei Villeroy & Boch ausgeschiedene Projektleiter Winfried Neukirch: Das aktuelle Angebotsvolumen beläuft sich auf über 1,5 Millionen Euro und gemeinsam konnten die vier Ateliers einen Auftragseingang von 80 Bädern erwirtschaften. Tragende Säule des Konzepts ist die Anziehungskraft der Marke Villeroy & Boch. Im diesem Jahr sollen weitere 11 Bad Ateliers entstehen. Mittelfristig sind 150 geplant.