



30

Der Markt hat sich gespalten. Margen locken außer im Massenmarkt vor allem im Luxussegment, und das seit langem vorausgesagte Abbröckeln der Mitte hat so ganz nebenbei zu einer neuen Marktmoral geführt: Badekultur darf wieder etwas kosten

Millionen von Hausbesitzern sind von Schäden durch rückfließendes Wasser aus der Kanalisation bedroht – sie wissen es aber nicht. Bei der Beratung sind sie deshalb auf SHK-Fachhandwerker angewiesen, die ihnen aufzeigen, mit welchen Produkten man sich vor Rückstau schützen kann

52



Mit der Montage eines zweischaligen Brennwertabgassystems hatte sich der SHK-Betrieb Hagemeyer bislang noch nicht befasst. Doch die Chance, die Wertschöpfung bei seinen Heizungsaufträgen zu erhöhen, hat den Firmenchef neugierig gemacht

58

Inhalt

Kommentar

Dirk Schlattmann:
Lasst ihn endlich platzen 3

Panorama

Kermi – neues Vertriebskonzept:
Die richtigen Drei? 16

Messen

21. SHK Essen:
Energiepreise im Fokus 20

Verbände

› Zentralverband ◀
13. Deutscher Klempnertag
in Würzburg 22

10. Architekturpreis 2006:
Klempnertechnik in Perfektion 24

› Baden-Württemberg ◀ 28

› Niedersachsen ◀ 28

› Hessen ◀ 28

› Nordrhein-Westfalen ◀

16. Raesfelder Schlossgespräche 29

Badtrends

Spezialisierung auf hohem Niveau:
Anspruchsvoller Luxustrend 30

Kristallines Badvergnügen:
Swarovski und Kludi
kooperieren 32

Alape, Dornbracht & Kludi:
Ritualmodule für das Bad 36

Frühlingserwachen:
Neue Produkte rund ums Bad 40

Lebens(t)raum Bad:
Kooperation rund um
barrierefreie Badezimmer 50

Sanitär

Fachhandwerk ist gefordert:
Rückstau – Gefahr mit Potenzial 52

Portrait

Syr in Korschenbroich:
90 bar dürfen es schon sein 56

Heizung

Wertschöpfung erhöhen: SHK-Betrieb
montiert zweischaliges Abgassystem 58

Nachspeiseeinrichtungen:
Immer unter optimalem Druck 62

Referenzobjekte

der Firmen: Duravit, Geberit,
Hansgrohe, Keramag, KME,
L'Isolante K-Flex, Mepa, Viega 100

Rubriken

Leserforum 6

Firmen + Fakten 8

Urteile 96

Cartoon/Impressum 106



Ab Seite 66 erfahren Sie, wie man als „Alpha“-Verkäufer Sinn-voll verkauft

überzeugen + verkaufen

Sinn-volles Verkaufen:
Kaufentscheidend ist die gefühlte Qualität 66

Werteorientierter Verkauf in der SHK-Praxis:
Den hybriden Kunden gibt es nicht 70

Strategien für den Bad- und Wellnessverkauf:
Rabattjäger ausbremsen 74

werben + beraten

Aktionstage „Neue Bäder erleben“ 2006:
Beim Publikum punkten 78

bücher + medien 82

strategie + vision

Designkompetenz des SHK-Fachhandwerks:
Handeln mit gutem Geschmack 86

führen + trainieren

Halbzeit bei der „Uptodate-Offensive“:
Handwerksbetriebe ganzheitlich qualifizieren 90

Tipps für kundenorientierte Telefongespräche:
Wer gut zuhört erfährt mehr 92



Bad-Aktionstage: Jetzt mitmachen! (Seite 78)



Wo steht Ihre Design-Kompetenz? (Seite 86)