

Heizungsbauhandwerk und Heizölhandel machen mobil

## Dem Gas-Monopol das Fürchten lehren

Die Abwehr der Begehrlichkeiten von kommunalen Unternehmen ist eine ganz neue Herausforderung für die Handwerksbetriebe und ihre Interessenvertretungen. Ein Pilotprojekt, initiiert vom Institut für wirtschaftliche Ölheizung (IWO), Hamburg, der Überwachungsgemeinschaft technische Anlagen für die SHK-Handwerke (ÜWG) und aus aktuellem Anlaß von der Innung SHK-Bremen organisiert, könnte sich als wirksame Waffe gegen diese Gefahr für das Handwerk erweisen.



Künftig mehr Öl, so die Initiatoren anläßlich der Kooperations-Tagung

Seit gut einem Jahr brennt in Bremen die Luft: Die Stadtwerke Bremen AG planen, gemeinsam mit einem holländischen Energieversorgungskonzern, das gesamte Heizungsgeschäft, einschließlich Verkauf der Geräte, Montage, Wartung und Notdienst, dazu selbstverständlich die Energielieferung, komplett an sich zu reißen. Dem SHK-Handwerk war dabei nur die Rolle eines Handlangers zugeacht.

Doch nun sollte sich der Vorstand der bremischen Stadtwerke schnell nach warmen Socken umsehen, sonst drohen eiskalte Füße. Bereits mit der Gründung eines eigenen „Service-Center der Meisterbetriebe Sanitär-Heizung-Klima“ hat die Innung SHK Bremen die Mächtigeren Monopolisten ausgebremst. Und nun erwartet die kommunalen Energieversorger neues Unge- mach: Eine gemeinsame Werbe- und Marketingkampagne der Bremer Heizungsbauer und Heizölhändler soll dem Gas den Hahn abdrehen – zumindest teilweise. Mit im Bunde sind die Überwachungsgemeinschaft

technische Anlagen (ÜWG) des ZVSHK und das Institut für wirtschaftliche Ölheizung (IWO), Hamburg.

### Mehr Wettbewerb

Die Fakten: Mit rund 75 Prozent Marktanteil bei Heizenergie ist Erdgas in Bremen die Nr. 1. Entsprechend groß ist die Marktmacht der Stadtwerke, und den Vorgesmack davon bekam das Heizungs-Handwerk im vergangenen Jahr zu spüren. Kein Wunder also, daß das SHK-Handwerk einer solchen bösen Überraschung für die Zukunft vorbeugen will. Den Auftakt für gemeinsame zukünftige Marketing-Aktionen bildete ein Kooperationsstreffen von über 60 Bremer Heizungsbauern und Heizöllieferanten, zu dem die ÜWG und das IWO Mitte Oktober eingeladen hatten.

Noch, so scheint es, hat das Tochterunternehmen der Stadtwerke alle Trümpfe in der Hand. Geworben wird vor allem mit einem praktisch flächendeckenden Versorgungsnetz, dem Rundum-Serviceangebot und nicht zuletzt mit dem Ruf der Umweltfreundlichkeit von Erdgas. Doch dem hat, so betonte Landesinnungsmeister Karl Schlüter, das Handwerk gute Argumente entgegenzusetzen: „Mit einer zentralen Rufnummer, unserem 24-Stunden Notfall-Service, Verkauf, Montage und Service aus einer Hand sowie Hilfe bei der Finanzierung einer neuen Heizungsanlage sind wir mindestens ebenso gut wie die Tochterfirma der Stadtwerke Bremen.“

### Auf Heller und Pfennig

Auch bei den Kosten für die Verbraucher muß, so Dr. Jürgen Schmid von Institut für wirtschaftliche Ölheizung in Hamburg, das Heizöl den Vergleich mit Erdgas nicht scheuen. Mit dem eigenen Tank im Keller kann der Kunde zusätzlich spa-

ren, wenn er seinen Brennstoff dann kauft, wenn der Preis günstig ist. Und neu entwickelte Brenntechnologien halten, was den Verbrauch sowie die Abgaswerte angeht, ebenfalls jedem Vergleich mit Erdgas stand. Diese Kernaussagen sollen dem Verbraucher, der vor der Entscheidung für eine neue Heizung und die Energieart steht, durch die Gemeinschaftswerbung von



**Landesinnungsmeister Karl Schlüter:** Wir sind von den Bremer Stadtwerken über den Tisch gezogen worden und werden künftig die Vorzüge von Erdöl als Brennstoff bei der Endverbraucherberatung nicht hinten anstellen



**Engagierte und konstruktive Diskussionen rund um die Kooperation des Heizungshandwerk und dem Mineralölhandel**

Heizungsbauhandwerk und Heizölhandel in Bremen vermittelt werden.

### Eine starke Allianz

Ein leichtes Spiel dürften die mittelständischen Betriebe – Heizungsbau-Handwerk und Heizölhandel – bei ihrem Kampf gegen die schier übermächtigen Bremer Stadtwerke nicht haben. Trotzdem ist Dirk Arne Kuhr,

Geschäftsführer der Überwachungsgemeinschaft technische Anlagen der SHK-Handwerke, St. Augustin, optimistisch: „Unsere Mitgliedsbetriebe haben mit Sicherheit die fachliche Kompetenz, sich in diesem Wettbewerb durchzusetzen. Unser Ziel ist es natürlich, das gesamte Heizungsbau-Handwerk und den Heizölhandel zu einer schlagkräftigen Aktionsgemeinschaft zusammenzuschweißen. In Bre-

men haben wir dabei als starke Allianzpartner das Service-Center der SHK-Meisterbetriebe und das Hamburger Institut für wirtschaftliche Ölheizung. Damit könnte Bremen ein Modellfall werden, der in der ganzen Bundesrepublik Schule macht.“

### Vorteil für Verbraucher

Wenn zwei sich streiten, dann freut sich der Dritte, dieses alte Sprichwort verspricht nun in Bremen eine ganz neue Aktualität zu gewinnen. Diese Dritten sollen, so die Initiatoren der Aktion, die Verbraucher sein. Denn mehr Wettbewerb heißt auch: Bessere Leistung zu günstigeren Preisen, frei nach dem Motto: „Einige geben Gas, wir geben alles!“. „Die ersten Erfolge“, so Karl Schlüter, „können wir schon verbuchen. Die Bremer Stadtwerke haben offensichtlich inzwischen gemerkt, daß ohne aktive Mitwirkung des Handwerks auf dem Heizungsmarkt nichts geht!“ SR

**In Bremen machen sich Handwerk und IWO gemeinsam für die Interessen des Handwerks und den Einsatz von Erdöl stark**

**Sanitär Heizung Klima**

**IWO**  
INSTITUT FÜR WIRTSCHAFTLICHE ÖLHEIZUNG

**Sie können mit uns rechnen!**  
...der Meisterbetrieb in Ihrer Nähe.

**Service Telefon**  
0421 - 557 5508

**Sie können mit uns rechnen!**  
...der Meisterbetrieb in Ihrer Nähe.

Marketing-Seminare fürs Handwerk

## Lizenz für den Erfolg

Wenn es um das Thema Marketing geht, speziell um das systematische Anbieten der eigenen Leistungen, dann erlebt man beim Handwerk meist hilfloses Achselzucken. Der ZV-SHK bietet deshalb eine speziell auf die SHK-Branche zugeschnittene Seminar-Reihe „Ganzheitliches Marketing“ an.



Wenn jemand schon 10 Wochenenden für die Weiterbildung opfert, sollte dies wenigstens in anspruchsvoller Atmosphäre stattfinden

Als Veranstaltungsort für die zehn Wochenend-Veranstaltungen, von denen die erste am 24. und 25. Januar 1998 stattfindet, wurde das zentral gelegene Hotel „Prinz von Hessen“ nahe der Stadt Bad Hersfeld gewählt. Dank zweier Sponsoren, der Ruhrgas AG und der Cordes & Graefe-Gruppe kann das gesamte Schulungspaket, einschließlich Kost und Logis in einem Fünf-Sterne-Hotel, zum Preis von 3500 DM angeboten werden. Um die Effizienz dieser Maßnahme zu gewährleisten, ist die Teilnehmerzahl auf höchstens 20 Personen begrenzt.

### Marketinggrundlagen

Am ersten Wochenende dreht sich alles um die Grundlagen erfolgreicher Marketingarbeit. Der Mangel an schlüssigen Konzepten macht es dem Handwerk schwer, sich gegen Baumärkte und industrielle Anbieter handwerklicher Leistungen zu behaupten. Welche Möglichkeiten aktiver Marktbearbeitung es speziell für SHK-Betriebe gibt, wird an konkreten Beispielen darge-

stellt. Dabei werden wesentliche Inhalte unterschiedlicher Marketingansätze vermittelt.

### Systematisches Arbeiten

Um sich von Mitbewerbern mit gleichem Produkt- und Leistungsangebot abzusetzen, ist Kreativität gefragt. Im zweiten Seminar-Modul werden deshalb Methoden zur Ideenfindung sowie Möglichkeiten zu deren Umsetzung und Bewertung vorgestellt. Unterschiedliche Formen des Kreativitätstrainings wie Brainstorming beispielsweise, sollen hier erprobt werden. Die Außendarstellung von SHK-Betrieben, von den Anforderungen an ein ganzheitliches Erscheinungsbild über die Auswahl der Werbeträger entsprechend den geplanten Aktionen,

bis hin zu Fallbeispielen von Internet-Kommunikation des SHK-Handwerks, das sind die Schwerpunkte des dritten Wochenendes.

### Innen-Marketing

Ein ehernes Gesetz im Handwerk lautet: Beim Kunden steht jeder Mitarbeiter für das ganze Unternehmen. Die Vermittlung des Weiterbildungsbedarfes in Abstimmung mit den Unternehmenszielen und der Motivation der Beschäftigten ist deshalb Thema des vierten Seminar-Moduls. Den Teilnehmern sollen Entscheidungskriterien für innerbetriebliche oder externe Weiterbildungskonzepte an die Hand gegeben werden. Gleichzeitig erfolgt die Vorstel-



Petra Westpfahl (Berufsbildung) und ZV-Marketingreferentin Angelika Brüßel diskutieren die einzelnen Schulungsmodule



lung von Möglichkeiten der Mitarbeiterbeteiligung und des Einsatzes der Mitarbeiter als Werbeträger. Im fünften Modul werden die wichtigsten Management-Theorien und Möglichkeiten von deren Umsetzung entsprechend der jeweiligen Firmenphilosophie aufgezeigt, dazu die Vorteile von Qualitätsmanagement- und Zeitplansystemen im SHK-Handwerk.

### Marketingstrategien

Das sechste Wochenende steht im Zeichen der Vorstellung von Erfolgsmodellen, zum Beispiel Franchise-Konzepten. Dazu erfolgt die Demonstration strategischer Vorgehensweisen zur Besetzung bestimmter Marktfelder. Dabei wird die Abhängigkeit von Marktsegment und Zielgruppe verdeutlicht. Die zunehmende Nachfrage der Kunden nach mehr Information, Beratung und Leistung aus einer

Hand verlangt vom Handwerk eine konsequente Kundenorientierung. Das siebte Seminar-Modul zeigt deshalb Wege auf, die von der systematischen Reklamationsbearbeitung über Kooperationsmodelle und Kundenklubs reichen und die dieser angestrebten Kundenorientierung dienen.

### Rhetorik und Präsentation

Eine Unternehmerpersönlichkeit steht in vielen Situationen im Licht der Öffentlichkeit. Am achten Wochenende wird deshalb das erforderliche Rüstzeug zur erfolgreichen Argumentation in Kundengesprächen sowie zur Unterstützung der persönlichen Präsentation bei Reden und Fachvorträgen beispielsweise durch modellhaften Argumentationsaufbau und gezielte Rhetorik vermittelt. Das beste Außenmarketing bleibt wirkungslos,

wenn es nicht glaubwürdig durchgesetzt wird oder „Sand im Innerbetrieblichen Getriebe ist“. Anhand der Darstellung von Erfahrungsberichten werden am neunten Wochenende die Bedeutung innerbetrieblicher Rollenverteilung im Team, die Aufgaben der Meisterfrau im Handwerksbetrieb sowie das Spannungsfeld Beruf, Familie und Freizeit thematisiert.

### Zukunftsfähigkeit des Handwerks

Die zukünftige Entwicklung der SHK-Gewerke wird durch Dienstleistungs- und Handelsorientierung geprägt sein. Damit wird auch ein neues „Meisterleitbild“ erforderlich. Welche Trends, Marktnischen und alternativen Modelle der Betriebsführung erfolgversprechend sind, ist Gegenstand des zehnten und letzten Seminar-Moduls. Zehn Wochenenden also, die ein

**Die Seminartermine**

24./25. Januar 1998  
31. Januar/1. Februar 1998  
14./15. Februar 1998  
28. Februar/1. März 1998  
14./15. März 1998  
28./29. März 1998  
4./5. April 1998  
25./26. April 1998  
16./17. Mai 1998  
6./7. Juni 1998

hochinteressantes und für aktive SHK-Unternehmen ausgesprochen nützliches Programm beinhalten, und das in einem Hotel, das keine Wünsche offen läßt. Die Anreise erfolgt jeweils am Freitag abends, die Abreise sonntags nachmittags, die genannten Daten sind reine Seminarartage. SR

## Kurz belichtet

### ■ Grenzwerte Auftragspotential für Heizungsbauer

Am 1. November 1996 ist die Novelle zur „Ersten Verordnung zur Durchführung des Bundesimmissionschutzgesetzes“, besser bekannt unter der Bezeichnung „Kleinfeuerungsanlagenverordnung“, in Kraft getreten. Schätzungsweise 1,2 bis zwei Millionen Heizanlagen müssen bundesweit nachgerüstet oder ausgetauscht werden. Für das Heizungsbau-Handwerk ergibt sich damit ein erhebliches Auftragspotential. Obwohl für Altanlagen, je nach Höhe der Grenzwertüberschreitungen, Übergangsfristen zwischen drei und acht Jahren bestehen, sollte der Kunde bei einer Beratung darauf aufmerksam gemacht werden, daß sich eine sofortige Renovierung aus Umweltschutz- und Energiespargründen auch dann schon lohnen kann, wenn die maximalen Grenzwerte noch nicht überschritten werden. Für Neuanlagen gelten ab dem 1. Januar 1998 neue Grenzwerte für Abgasverluste. Gegebenenfalls ist zu prüfen, ob im Falle einer Vergrößerung einer Heizungsanlage, beim Ausbau eines Dachgeschosses beispielsweise, diese als Neuanlage eingestuft wird.

### ■ Neustart Gemeinschafts- werbung für Sanitär

Die Wettbewerbspräsentation von drei renommierten Werbeagenturen war der erste Schritt zu einer Neuauflage der Sanitär-gemeinschaftswerbung von VDS und ZVSHK, die in diesem Jahr nicht zustande gekommen war. Der Gesamtetat der Aktivitäten wird rund 5 Millionen Mark betragen, in der Vorgabe für die Agenturen ist, neben einer bundesweiten Anzeigen-

kampagne, auch die Vorlage eines Konzeptes enthalten, das Möglichkeiten der aktiven Umsetzung durch den Fachbetrieb vor Ort beinhaltet. Der Start der Kampagne ist für das Frühjahr 1998 vorgesehen.

ZVSHK- Terminkalender	
<b>3. Februar 1998</b>	Hamburger Abwassertag 1998, Hamburg
<b>21. bis 28. Februar 1998</b>	7. Internationales Fortbildungsseminar für das SHK-Handwerk, Teneriffa
<b>15./16. Mai 1998</b>	Deutscher Kachelofenbauertag, Heidelberg
<b>11./12. Juni 1998</b>	11. Erdgasforum, Berlin
<b>25./26. September 1998</b>	8. K & L-Seminar in Kleinmachnow
<b>2./3. Oktober 1998</b>	23. Deutscher Kupferschmiedetag, Würzburg
<b>12./13. November 1998</b>	9. Deutscher Klempnertag, Kassel

### ■ Architektenfehler Bauherrn über Bedenken informieren

Macht ein Auftragnehmer Bedenken gegen die vom Architekten geplante Bauausführung geltend, dieser verschließt sich aber den berechtigten Einwänden und besteht auf der geplanten Ausführung, so muß der Auftragnehmer, um von einer Mitverantwortung befreit zu sein, seine Bedenken auch gegenüber dem Bauherrn äußern. (BGH-Urteil vom 19. 12. 1996 – VII ZR 309/95 –, in BauR 1997, Seite 301).

### ■ Überwachungs- gemeinschaft Merkblätter Heizöl- lagerung und Eigen- schaften

Die Überwachungsgemeinschaft Technische Anlagen (ÜWG) des ZVSHK hat ihrer Merkblattreihe zwei weitere Ausgaben hinzugefügt: Das Merkblatt Nr. 19 "Rechtsgrundlagen, die bei Anlagen zur Lagerung von Heizöl EL relevant sind" gibt einen Überblick über die Rechtsgebiete, die bei der Aufstellung von Lagerbehältern für Heizöl zu beachten sind. Merkblatt Nr. 20 „Heizöl EL – Eigenschaften, Anforderungen und Einstufung“ beschreibt die verbrennungstechnischen Eigenschaften von Heizöl EL und erläutert in zusammengefaßter Form die Anforderungen der DIN 51603 Teil 1. Außerdem faßt dieses Merkblatt die verschiedenen Einstufungen der relevanten Rechtsgebiete kurz zusammen.

### ■ Regenwasser- nutzung Vorsicht bei WC-Spülkästen

Als Beispiel für die sinnvolle Nutzung von Regenwasser als Brauchwasser wird immer wieder die WC-Spülung genannt. Entgegen anderslautenden Veröffentlichungen ist es jedoch nicht zulässig, Trinkwasser- und Regenwasserzuläufe mit jeweils einem Schwimmer an WC-Spülkästen nach DIN 1988-4 anzuschließen. Diese Aussage ist bereits in dem ZVSHK-Merkblatt „Regenwassernutzungsanlagen – Planung, Bau, Betrieb und Wartung“ vom März 1993 enthalten, das aufgrund der damaligen Beschlüsse des zuständigen DVGW-Fachausschusses erstellt wurde. Aufgrund ver-

mehrter Anfragen hat sich der Fachausschuß erneut mit diesem Thema beschäftigt und die Ablehnung bestätigt.

### ■ Förderung SHK-ZERT-Beratung mit Fördermitteln

Die SHK-ZERT des ZVSHK erhielt vom Bundesamt für Wirtschaft (BAW) die Bestätigung, daß deren Qualitätsmanagementberatungen per Ausnahme-genehmigung mit öffentlichen Mitteln gefördert werden können. Die Genehmigung ist befristet und gilt längstens für Beratungen, die bis zum 30. September 1998 begonnen werden. Nähere Auskunft erteilt die SHK-ZERT, St. Augustin.

### ■ Wärmebedarfs- berechnung Keine Zustimmung zu europäischer Norm

Der im Zusammenhang mit den Harmonisierungsbemühungen von technischen Normen in Europa vorgelegte Entwurf einer Euronorm – Wärmebedarfsberechnung prEN 12831, Anforderungen an Warmwasserheizungsanlagen prEN 12928 – wurde vom zuständigen Spiegelausschuß im DIN als ungenügend weil unfertig und unpräzise abgelehnt. Die bisher gültigen und zugelassenen Methoden der Wärmebedarfsberechnung haben also bis auf weiteres uneingeschränkte Gültigkeit.

Wenn Sie weitere  
Informationen möchten,  
nutzen Sie  
bitte unsere Faxvorlage  
und das  
Telefaxverzeichnis  
auf Seite 89