

■ De Dietrich Änderungen im Management

Während der vergangenen Jahre hat sich der Geschäftsumfang der De Dietrich Thermique-Gruppe durch die Übernahme von Oertli und ihren Verkaufsfilialen in Deutschland, Belgien und Frankreich sowie durch die Gründung des französischen Kundendienst-Unternehmens SERV'Elite deutlich vergrößert. Aus diesem Grunde werden Änderungen im Management der Gruppe mit dem Ziel vorgenommen, die Marken De Dietrich und Oertli auf dem europäischen Markt weiter zu entwickeln.

Michel Troester ist zum Geschäftsführer der Firma Oertli Thermique im elsässischen Thann berufen worden. Er bleibt weiterhin im De Dietrich Thermique-Vorstand tätig. Für den Verkauf der Marke De Dietrich in Frankreich, in Deutschland und in allen Ländern mit eigenen Niederlassungen sowie für sämtliche Kundendienstleistungen



Michel Troester

gen wird Joseph Le Jollec, Vorstandsmitglied der De Dietrich Thermique-Gruppe, als Vertriebsdirektor verantwortlich sein. Cyril Peysson wird neuer Verkaufsleiter für die deutsche Vertriebsfiliale De Dietrich Heiztechnik in Kehl; er wird seine Tätigkeit ab Januar 1999 aufnehmen.



Thomas A. Schühle

■ Similor Neuer Gesamtvertriebsleiter

Werner J. Uebelherr (59), seit vielen Jahren verantwortlich für das Exportgeschäft des Armaturenherstellers Similor SA (Genf) und Geschäftsführer der Tochtergesellschaft in Strasbourg, die auch für den Deutschen Markt verantwortlich ist, zog sich aus dem operativen Bereich zurück. Er wechselt in den Verwaltungsrat des Schweizer Unternehmens.

Die Gesamtvertriebsleitung für den Deutschen Markt hat Mitte des Jahres Thomas A. Schühle (36) übernommen. Er kommt von Friatec, wo er in der Sanitär Division als Marketingleiter tätig war. In seiner neuen Position ist Thomas A. Schühle verantwortlich für den Vertrieb der Similor- und Sanimatic-Produktlinien. Sowohl Similor (Sanitär- und Gebäudearmaturen) als auch Sanimatic (Waschtischsteuerungen, Bad-, Dusch- und Urinalsysteme) gehören zur Schweizer Metalys-Gruppe (Umsatz ca. 120 Millionen Mark). Mit dieser neuen Struktur sollen die bisher auf Süddeutschland konzentrierten Aktivitäten mit einer noch zu verstärkenden Mannschaft weiter ausgebaut werden.

■ Dehoust Zertifizierung durch SHK-ZERT

SHK-ZERT ist für die Firma Dehoust mit Werken in Leimen, Nienburg und Heidenau ein Schritt zur Stützung des 3stufigen Vertriebsweges und zur engeren Zusammenarbeit mit den Fachbetrieben. Gerade bei der Vielzahl von Produkten und Anbietern ist es für das Fachhandwerk immer wichtiger, Partner in der Industrie zu haben, die auch nach außen hin Produktsicherheit und garantierte Leistungskriterien garantieren. Dies



ZVSHK-Hauptgeschäftsführer, Michael von Bock und Pollach, übergab Wolfgang Dehoust das SHK-ZERT-Zertifikat auf der SHKG in Leipzig

geht, so Dehoust, oft über gesetzliche Anforderungen und das Qualitätsmanagement nach ISO 9000 hinaus. Dehoust unterstreicht mit der Verleihung der Urkunde anlässlich der SHKG in Leipzig sein Engagement in den neuen Bundesländern und die Wichtigkeit des Produktionsstandortes Heidenau.

■ Stiebel Eltron Immergas übernimmt Hydrotherm

Mit Wirkung vom 31. Dezember 1998 übernimmt Immergas – ein bedeutender europäischer Hersteller von hochwertigen Gasgeräten mit Sitz im norditalieni-

schen Brescello – von Stiebel Eltron die deutschen Gasaktivitäten unter dem eingeführten Markennamen Hydrotherm. Beide Unternehmen arbeiten bereits seit Jahren auf diesem Sektor zusammen.

„Immergas baut mit diesem Schritt seine Marktposition in Europa deutlich aus“, erklärt Romano Amadei, Präsident der Gruppe. Das Unternehmen ist seit 35 Jahren auf dem Markt der Heizungstechnik tätig. Der Schwerpunkt liegt auf Entwicklung, Konstruktion und Fertigung wandhängender Brennwert- und Heizwertthermen.

Immergas ist nach eigenen Angaben mit einem Umsatz von 185 Millionen DM Marktführer in Italien und europaweit tätig. „Stiebel Eltron wird sich in Zukunft wieder voll auf seine Kernkompetenzen konzentrieren“, erläutert Geschäftsführer Frank Rogge. Neben elektrischen Warmwasserbereitern und Raumheizungen sind vor allem Technologien wie Solar, Wärmepumpe und Lüftung mit Wärmerückgewinnung. Zwischen Hydrotherm (Umsatz 1997 ca. 100 Millio-

nen DM) und Immergas besteht bereits seit 1992 eine enge Zusammenarbeit. Gemeinsam wurden Gasheizthermen für den deutschen Markt entwickelt. In den letzten Jahren haben zahlreiche Hydrotherm-Stützpunkthändler und rund 3500 Fachhandwerker an Schulungsveranstaltungen in Brescello teilgenommen. Der Werkskundendienst der Stiebel-Eltron-Gruppe soll auch in Zukunft für die technische Betreuung und die langfristig garantierte Ersatzteilversorgung aller Hydrotherm-Produkte zuständig sein.

■ Polenz Gemeinsam mit Mitsubishi Electric

Nach gut fünf Jahren erfolgreicher Zusammenarbeit präsentieren Mitsubishi Electric, Ratingen, und die Polenz, Norderstedt, ein neues Vertriebskonzept: Ab dem 1. Januar 1999 wird Mitsubishi Electric das gesamte Klimageräte-Programm direkt über den Kälte-Großhandel vertreiben. Polenz beliefert weiterhin in seinen angestammten Geschäftsfeldern die Stützpunkthändler und Anlagenbauer neben den etablierten eigenen Produkten nur noch mit dem Mr. Slim- und City-Multi-Geräten von Mitsubishi Electric. Überall dort, wo ergänzende Leistungen um das eigentliche Produkt herum wichtig sind, z. B. Planung, Beratung oder Service, bleibt Polenz auch in Zukunft aktiv. Dieser Bereich soll zeitnah sogar weiter ausgebaut werden, wobei den zehn Technischen Büros des Unternehmens eine besondere Bedeutung zukommt.

■ MAN Umsatzplus im Brennengeschäft

MAN Brenntechnik, Hamburg, konnte im Geschäftsjahr 1997/98 (30. Juni) das Umsatzergebnis des Vorjahres leicht verbessern. Trotz eines für Hersteller von Öl- und Gasbrennern rückläufigen Inlandsmarktes stieg der Umsatz auf 40,61 Mio. DM (Vorjahr 40,26 Mio. DM). Insgesamt setzte der Hamburger Brennerhersteller 32 189 Öl- und Gasbrenner ab (Vj. 32 459). Im europäischen Ausland konnten 6441 Brenner (Vj. 5700) abgesetzt werden. Der Exportanteil stieg auf 20 %. Die Zahl der Mitarbeiter blieb mit 116 konstant. Hauptumsatzträger mit einem Anteil von 22 829 verkauften Einheiten war wie in den Vorjahren der Raketebrenner für Kesselleistungen von 14 bis 315 kW.

Über das OEM-Geschäft (Original Equipment Manufacturer; hier: Zulieferung von Raketebrennern als Komponenten für Units) wurden insgesamt 3 800 Brenner an Kesselhersteller abgesetzt.

Für das laufende Geschäftsjahr erwartet MAN Brenntechnik zunächst keine wesentliche Belegung der Nachfrage: Die Schornsteinfeger-Einstufungsmessungen mit ihrer aufschiebenden Wirkung verhindern kurzfristige Effekte durch die BlmSchV. Auch die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen geben keinen Anlaß zu optimistischen Prognosen für das Geschäft mit Öl- und Gasbrennern. Hinzu kommen der unveränderte Trend zur Unit sowie der ungebrochene Boom auf dem Gassektor. Andererseits würden sich dem neuen Raketebrenner für den Einsatz an Altanlagen nochmals verbesserte

Absatzperspektiven eröffnen: Hausbesitzern, die sich die sinnvolle, aber teure Totalsanierung ihrer Ölheizung nicht leisten wollen, bietet das Produkt – laut MAN Brenntechnik – eine kostengünstige und zugleich zukunftssichere Alternative.

■ Kludi Rüstet das Olympic Stadium aus

Wenn im Jahr 2000 die Olympischen Sommerspiele in Sydney eröffnet werden, ist Kludi mit im Spiel. Der Hersteller von Armaturen für Küche und Bad rüstet das neu erbaute „Olympic Stadium“ mit Kludi-Armaturen „made in Germany“ aus. Ein Container mit 60 Armaturen ist inzwischen in Sydney eingetroffen. „Wir versprechen uns von diesem Objekt einen weiteren Schub für unsere Aktivitäten auf dem fünften Kontinent“, hofft Andreas Breidenbach, Exportmanager von Kludi. Der Mendener Armaturenhersteller ist

seit zwei Jahren in Australien aktiv und will in Zukunft stärker Fuß fassen auf dem 15-Millionen-Einwohner-Kontinent.

■ Tinox Umweltinnovations- preis für Absorber

Der Sonderpreis für Umweltinnovation des Bayerischen Wirtschaftsministeriums geht dieses Jahr an die Tinox GmbH in München.



Preisverleihung für „Tinox“-Absorber (v. l.): Dr. Michel Lazarov, Tinox, Dr. Willibald Folz, Verbandspräsident, Dr. Edmund Stoiber

Der mit 20 000 DM dotierte Preis, den Ministerpräsident Dr. Edmund Stoiber dem Tinox-Erfinder und Geschäftsführer Dr. M. Lazarov persönlich überreichte, wird für „herausragende innovative Leistungen oder Erfindungen für die Umwelt“ verliehen.

In der Laudatio betonte der bayerische Ministerpräsident, die Umweltechnik sei ein weltweit stetig expandierender Markt. Herrn Dr. Lazarov sei es gelungen, mit dem Solarprodukt „Tinox“ einen neuen Markt für physikalische Vakuumbeschichtungen zu schaffen. Die Umweltfreundlichkeit des vakuumtechnischen Produktionsverfahrens hob er ebenso hervor wie die völlige Recyclingfähigkeit, die Leistungssteigerung und die farbliche Ästhetik des Produkts. Wichtiger Grund für die Preisverleihung war es laut Stoiber, daß er anschließend „den

schwierigen Weg von der patentierten Laborentwicklung zum fertigen Produkt selbst beschriftet und mit viel Mut das Risiko der Existenzgründung einging“.

■ Hewi Barrierefreies Leben

Unter dem Motto „Ansätze und Visionen für ein Miteinander“ knüpfte Hewi mit dem Forum „Barrierefreies Leben“ an die interdisziplinäre Diskussion an, die das Bad Arolser Unternehmen vor zwei Jahren angestoßen hatte. Den 300 Teilnehmern aus Wissenschaft, Praxis und Verbänden sowie den Betroffenen bot die Veranstaltung erneut eine Plattform für den Austausch von Ideen und Erfahrungen im Bereich des barrierefreien Bauens.

Unter der Schirmherrschaft von Christiane Herzog gelang es den engagierten Teilnehmern in Referaten, Podiumsdiskussionen und Workshops ganzheitliche Lösungsansätze für ein barrierefreies Umfeld zu entwerfen. Dabei blickte man in diesem Jahr nicht nur auf die Situation in Deutschland, sondern griff auch auf die Erfahrungen aus den Niederlanden, Österreich, der Schweiz und den USA zurück, um auf dieser Basis neue Grundlinien für zukunftsweisende Konzepte zu entwickeln.

Auch konkrete praktische Lösungen für eine Architektur ohne Hindernisse wurden aufgezeigt. „Bereits geringe technische Um- und Nachrüstungen“, so Markus Hütt, Verantwortlicher für den Bereich Barrierefreies Wohnen, „können den Verbleib in der eigenen Wohnung ermöglichen. Daher haben wir eine hilfreiche neue Broschüre zur Wohnraumanpassung erarbeitet.“ Die praxisnahe Unterlage enthält eine Fülle von Hinweisen zur Planung von Umbaumaßnahmen und zeigt konkrete Beispiele der Wohnraumanpassung auf.

■ Raab Karcher Hausmarken als Wettbewerbsvorteile

„Eigenmarken sind bei Raab Karcher Sanitär · Heizung · Fliesen schon lange die wichtigsten Renditebringer – und genau hier haben wir noch bedeutende Ausbaumöglichkeiten“, so Horst Trimborn, Vorsitzender der Geschäftsführung.

Die Umstellung der Raab Karcher-Eigenmarke Sanitär · Heizung auf die Namen Comforsan (Sanitär), Comfortec (Installation) und Comfortherm (Heizung) erfolgte im Juli 1998. Die Produktpalette wurde ergänzt und abgerundet. Namhafte Hersteller, darunter Duscholux, Hoesch, Roco und Lido, garantieren hier für Produktqualität, zügige Ersatzteillieferungen und einen bundesweiten, qualifizierten Kundendienst. Trimborn: „Mit starken Eigenmarken intensivieren wir die Kundenbindung, erweitern unser Leistungsspektrum und schaffen uns wichtige Handlungsspielräume in einem engen Markt.“

■ Mepa Niederlassung in Stuttgart eingeweiht

Mit einem „Tag der offenen Tür“ weihte die Mepa-Pauli und Menden GmbH am 16. Oktober 1998 ihre neue Niederlassung in Stuttgart-Ditzingen ein.



Zur neuen Mepa-Niederlassung in Stuttgart-Ditzingen gehört unter anderem eine Ausstellung der wichtigsten Produktgruppen. Im Bild: Mepa-Geschäftsführer Willi Pauli (l.) im Gespräch mit einem Kunden

Für die Marktpartner im Großraum Stuttgart solle die neue Niederlassung eine zentrale Drehscheibe für Kommunikation und Distribution darstellen, wo eine Fülle bedarfsgerechter Serviceleistungen rund um Produkte, Planung und Installation angeboten werden.

Auf ca. 520 m² stehen unter anderem Schulungsräume, eine Ausstellung und ein Warendepot für Engpaßsituationen zur Verfügung. Neben Produkt- und Softwareschulungen für Verkaufsberater und Installateure sowie Fachberatungen besteht hier zudem die Möglichkeit zur Auftragsannahme und -bearbeitung. Weitere Informationen: Mepa-Pauli und Menden GmbH, Kruppstraße 3, 71254 Ditzingen; Telefon (0 71 56) 96 48 76, Telefax (0 71 56) 96 48 73.

■ W & L Regionale Aktivitäten gestärkt

Die in der Schutzgemeinschaft Wasser & Leben zusammengeschlossenen ca. 1600 Handwerksbetriebe fühlen sich besonders dem sorgsamem und ressourcenschonenden Umgang mit unserem Lebensmittel Nr. 1, dem Trinkwasser, verpflichtet. Am 20. Oktober 1998 fand die jährliche Sektionsprechersitzung dieser Vereinigung von Fachhandwerksunternehmen und Fördermitgliedern aus Indu-



Der bisherige Vorstand der Schutzgemeinschaft wurde in seinem Amt bestätigt (v. l.): Werner Peiker (1. Vors.), Jörg Post, Gert Michael

strie und Handel statt. Dabei stand die Stärkung der regionalen Aktivitäten im Mittelpunkt der lebhaften Diskussionen.

Nachdem in den Vorjahren zwei Großspenden an die Deutsche Kinderkrebshilfe und den von Schauspieler Karlheinz Böhm ins Leben gerufenen Verein „Menschen für Menschen“ getätigt wurden, konzentriert sich die Arbeit 1998 und 1999 stärker auf die Unterstützung von kleineren Projekten mit regionalem Bezug.

Alle regionalen Spender-Aktionen wurden von örtlichen SWL-Handwerksbetrieben initiiert und begleitet. Das ökologische Engagement der in der Schutzgemeinschaft zusammengeschlossenen Handwerksbetriebe ist Ausdruck der besonderen Verantwortung des Sanitärhandwerks für die Reinhaltung von Luft und Wasser.

Auf der Sektionsprechersitzung wurde der bisherige Vorstand der Schutzgemeinschaft in seinem Amt bestätigt.

■ Kupfer Kupferverbrauch auf neuem Hoch

Der Kupferverbrauch in Deutschland hat ein neues Hoch erreicht. Nach Angaben der Wirtschafts-

vereinigung Metalle wurden 1997 in der Bundesrepublik über 1,5 Mio. t Kupfer und Kupferlegierungen wie Messing oder Bronze verarbeitet; das waren fast 9 % mehr als 1996 (1,38 Mio. t). Mit 47 % wird annähernd die Hälfte des roten Metalls im Baubereich abgesetzt; der Maschinenbau (18 %) und die Elektroindustrie (15 %) folgen mit Abstand.

Bei der Sanitär- und Heizungsinstallationen ist Kupfer, nach Informationen der Europäischen Kupferkampagne, mit einem Marktanteil von 60 % mit großem Abstand Marktführer. Rund 100 000 t Kupferrohre und Kupferfittings wurden 1997 in der Hausinstallation eingesetzt; dies entspricht einem Umsatz von über 750 Mio. DM. Die SHK-Handwerksbetriebe verlegten rund 250 Mio. Laufmeter Rohr- und Fittingmaterial aus Kupfer im häuslichen Sanitär- und Heizungsbereich. Auf den Heizungsbereich entfallen ca. 100 Mio. Laufmeter, davon allein ungefähr 15 Mio. Laufmeter auf den Wachstumsmarkt Flächenheizung.

Die Kupferindustrie rechnet auch in den kommenden Jahren mit einer kontinuierlichen Wachstumsrate. So erschließen sich Kupfer, neben dem traditionellen Trinkwasser- und Heizungsbereich, auch mehr und mehr den Markt der Lüftung und Klima sowie Solartechnik.

■ Kessel Neues Beratungszentrum in Leipzig

Am 1. Oktober hat Kessel sein neues Beratungszentrum in Leipzig/Dölzig eröffnet. Der Hersteller bietet hier Tagesseminare zu den Themenschwerpunkten



Kessel eröffnete ein neues Beratungszentrum „Alles für die Entwässerung“ in Leipzig/Dölzig

Ablaufstellen, Rückstausicherung, Hebeanlagen, Abscheider, Regenwassernutzungsanlagen und Schachtsysteme aus Kunststoff an. Planern, Handwerkern und Handel wird aktuelles normspezifi-

sches Wissen und die Umsetzung in die alltägliche Praxis vermittelt.

Im modernst ausgestatteten Demonstrationsraum wird die Theorie anhand des Produktprogramms mit vielen Verarbeitungstips praktisch nachvollzogen.

Die kostenlosen Seminare finden in kleinen Gruppen mit bis zu 30 Teilnehmern statt. Weitere Informationen und Termine: Kessel, Abteilung Marketing, 85101 Lenting, Tel. (0 84 56) 2 70, Fax (0 84 56) 2 73 17.

■ VDI und Bundesingenieurkammer Zusammenarbeit

Der VDI Verein Deutscher Ingenieure und die Bundesingenieurkammer (BIK) werden auf gemeinsamen Interessengebieten künftig enger zusammenarbeiten. Bei einem Treffen der Präsidenten von VDI und BIK wurden jetzt in Düsseldorf regelmäßige Gespräche der Führungsspitzen beider Organisationen zu allen Themenfeldern vereinbart, bei denen eine Zusammenarbeit nach gemeinsamer Auffassung von VDI und BIK den Interessen der Ingenieure und der Allgemeinheit dient.

Der VDI ist mit rund 130 000 Mitgliedern größter Ingenieurverein Europas. Die Bundesingenieurkammer ist der Zusammenschluß der Landesingenieurkammern, die als Körperschaften des öffentlichen Rechts tätig sind. Sie regeln die Berufsausübung der Beratenden Ingenieure durch Berufsordnung und Berufsgesetze und vertreten die politischen, beruflichen, kulturellen und wirtschaftlichen Interessen der Kammermitglieder und zählen rund 40 000 Mitglieder.

■ BGW Umbruch in der Erdgas-Branche

Das Motto des zweiten Erdgas-Marketing-Tages, „Gemeinsam im Wettbewerb – Erdgas Marketing im veränderten Markt“, dokumentierte das, was die Branche gegenwärtig in Atem hält: die Liberalisierung des Marktes und den damit verbundenen brancheninternen Wettbewerb. Auf der für die Gaswirtschaft einmaligen Veranstaltung, die vom Bundesverband der deutschen Gas- und Wasserwirtschaft e.V. (BGW) am 6. und 7. Oktober in Berlin ausgerichtet wurde, beschäftigten sich rund 300 Teilnehmer mit den neuen Herausforderungen und Aufgaben für das Marketing unter verschärften Wettbewerbsbedingungen.

Kundenorientierung gilt auch in der Gaswirtschaft als wichtige Voraussetzung, um den Wandel vom Versorger zum leistungsfähigen Dienstleistungsunternehmen zu vollziehen. „Der Kunde bestimmt die Organisation“, betonte Alfred Würzinger, Bereichsleiter Gaswirtschaftliche Grundlagen der VNG, Leipzig.

Darüber hinaus wurde auf der Veranstaltung die Tendenz sichtbar, das Portfolio durch Schaffung neuer Energiedienstleistungen zu erweitern, um trotz



Reinhard Schüler, stv. Vorsitzender des BGW-Hauptausschusses „Marketing“, warnte davor, im aufkommenden brancheninternen Wettbewerb die gemeinsamen Marketingaktivitäten zum Produkt Erdgas zu vernachlässigen

sinkender Margen die Umsatzchancen im enger werdenden Wärmemarkt zu verbessern. Besonders die Wärmelieferung stand dabei auf der Tagesordnung. Die Überschneidungen zu Geschäftsfeldern des installierenden Fachhandwerks thematisierte Michael von Bock und Polach, Hauptgeschäftsführer des Zentralverbandes Sanitär Heizung Klima. Er betonte, daß man die Marktpartnerschaft nicht aufs Spiel setzen sollte. Ein Beispiel für die gute Kooperation von Gaswirtschaft und installierendem Fachhandwerk auf lokaler Ebene schilderte Ingrid Dannbeck, Marketingleiterin der

Gasag, Berlin. Dabei wurde deutlich, daß ein gemeinsames Marketing der Marktpartner bei der Entwicklung neuer Produkte und Angebote für beide Seiten erfolversprechend ist.

Der Umbruch im Erdgas-Marketing wird in Leipzig im nächsten Jahr vom 24. bis 26. Oktober auf dem Kongreß „Intergas-Marketing 7“ erneut für Gesprächsstoff sorgen. Die Schwerpunktthemen sind dann neue Wettbewerbsstrategien im Sektor „Heizung und Klima“ und im gewerblichen Bereich sowie das Marketing für neue Produkte beziehungsweise Energiedienstleistungen.

■ **Kaldewei** **Deutsche entdecken** **Whirlvergnügen**

Immer häufiger findet sich in deutschen Badezimmern ein Whirlpool. Innerhalb von 3 Jahren hat sich der Absatz von Whirlwannen in Deutschland mehr als vervierfacht. 1995 entschieden sich rund 8000 Kunden für eine Whirlwanne, im vergangenen Jahr waren es bereits über 36 000. Das bedeutet, auf 2250 Einwohner kommt eine Whirlwanne.

Mit dieser Entwicklung befinden sich die Deutschen im europäischen Haus in bester Gesellschaft. So entschlossen sich 1995 beispielsweise 70 000 Italiener, einen Whirlpool anzuschaffen. Das bedeutet, auf 814 Einwohner kam eine Whirlwanne. Im europaweiten Vergleich gelten diese als die größten Whirlfreunde.

Gründe für den Erfolg des Whirlpools gibt es viele: So sind Vorteile gegenüber Whirlpools zwischenzeitlich durch die Praxis widerlegt. In Sachen Hygiene ist der Benutzer eines Turbo-Whirls stets auf der sicheren Seite. Denn dieses System verzichtet auf eine zentral angeordnete Pumpe und Rohrleitungen, in denen sich unter Umständen bakterienbelastete Wasserrückstände, aber auch Reste von Reinigungschemikalien ablagern können. Nach dem Bad entleeren sich die bis zu acht seitli-

chen, voneinander unabhängig arbeitenden Turbinendüsen vollständig. Die bei den herkömmlichen Rohrsystemen erforderliche chemische Desinfektion erübrigt sich. Dadurch wird die Umwelt geschont und Folgekosten für die Desinfektionsmittel werden vermieden. Befürchtungen, der Nachbar könnte sich durch das Geräusch des Whirlpools gestört fühlen, gehen ebenfalls ins Leere: Der Turbo-Whirl erzeugt weniger Geräusche als das einfließende Badewasser.

auch der Mehrpreis gegenüber einer „normalen“ Wanne sei geringer, als viele denken.

■ **HaZweiOh** **Verkaufsseminare** **für Monteure** **und Badverkäufer**

Monteure mit Kundenkontakt haben herausragende Auftragschancen für neue Bäder. Das Seminar „**Verkaufschancen für den aktiven Monteur**“ von HaZweiOh will Monteure sensibilisieren und motivieren Auftragschancen zu erkennen und zu nutzen. Ein Seminar findet am 30. November in Magdeburg und ein zweites am 5. Dezember 1998 in Nürnberg statt.

Für diejenigen, die in Zukunft kontinuierliche Baderfolge wollen, bietet das HaZweiOh-Trainerteam Ottmar Kuball und Werner Heimbach eine **Verkäufersausbildung speziell für Badverkäufer** an. In sieben Bausteinen wird das erforderliche Know-how zum erfolgreichen Badverkauf gemeinsam mit den Teilnehmern erarbeitet. Die Resonanz der bisherigen Teilnehmern habe laut HaZweiOh gezeigt, daß die Verkäufersausbildung ein Konzept ist, um strategisch und effizient den Verkauf von Bädern zu trainieren.

Weitere Informationen und Termine bei HaZweiOh, 39114 Magdeburg, Tel. (03 91) 8 11 86 89, Fax: (03 91) 8 52 07 44