

## Kurz belichtet

### Meisterkampagne Gemeinschaftswerbung auch im Internet

Die erfolgreiche Heizungs-gemeinschaftswerbung – Stichwort „Meisterkampagne“ – wird auch in diesem Jahr fortgesetzt. Umfragen zeigen, daß bereits fast jeder dritte Bundesbürger diese Kampagne kennt und unterstützt. Die Anzeigenmotive werden sogar von 70 Prozent der Bevölkerung wiedererkannt und mit der Kampagne in Verbindung gebracht. Allein im vergangenen Jahr riefen fast 5000 Interessenten die Info-Line an und konnten an Meisterbetriebe weitervermittelt werden. Die überwiegende Anzahl dieser Kontakte dürfte zu konkreten Aufträgen geführt haben. Wie in der Vergangenheit, so stehen auch in diesem Jahr die Themen Heizungsmodernisierung sowie die verschärften umweltschutz- und energiesparrechtlichen Vorschriften im Mittelpunkt. Neu ist die Nutzung des Internet, sowohl für potentielle Kunden als auch für Handwerksunternehmen. Unter der Adresse [www.shk-](http://www.shk-meister.de)

Meister-Infoline (0 18 05) 22 36 36  
Anrufe auf Anzeigenmotive bis 31. 12. 1998

Motiv	Anzahl	in %
Jetzt Heizung modernisieren	92	2
15 Fragen	21	0
Heizungstips	167	3
Modernisieren!	184	4
Endspurt für Hausbesitzer	642	13
Gelbe Karte	166	3
PR-Artikel	414	8
2 Mio. Heizkessel	374	8
Schmeißen Sie Ihre Heizung jetzt!	135	3
Neue Vorschriften	1234	25
„News“	553	11
„News“	135	3
Neue Grenzwerte	136	3
Infoline	125	3
Wärme auf Abruf	105	2
Sonstige	466	9
<b>Gesamt</b>	<b>4949</b>	<b>100</b>

meister.de werden nicht nur Informationen über die Kampagne selbst, sondern auch über bestehende Fördermöglichkeiten vermittelt, die dann der Meister im Verkaufsgespräch einsetzen kann. Außerdem besteht die

Möglichkeit, direkt Werbemittel zu bestellen und über Links zu den Internet-Angeboten der Kampagnenträger zu gelangen. Der Start erfolgte bereits im Januar, um mögliche Nachfrageschwächen, die durch das Auslaufen verschiedener staatlicher Förderprogramme befürchtet wurden, zu vermindern. Die Anzeigenmotive der Anzeigen entsprechen den bewährten Vorbildern mit dem Ausschnitt eines stark vergrößerten SHK-Eckrings in den Farben blau und rot. Alle Motive enthalten eine Handlungsaufforderung wie etwa: „Heizungskummer? Diese Nummer!“ oder „Das Aus für Ihre Heizung kommt – modernisieren Sie jetzt!“ Zum Kampagnenstart werden unter den Anrufern drei mal je 10 000 Mark für eine Heizungsmodernisierung beziehungsweise die Umstellung der Heizung auf Erdgas ausgelost.

### Haftungsübernahme Altenberg mit Gewährleistungsvertrag

Seit dem 1. Januar dieses Jahres besteht zwischen der Firma Altenberg Zink GmbH, Essen, und dem ZVSHK eine Haftungsübernahmevereinbarung. Sie gilt für Altenberg-Produkte, die von diesem Unternehmen geliefert wurden und deren Firmenzeichen gekennzeichnet sind und zwar für:

- Blank-Zink, Titanzink walzblank
- Quarz-Zink, Titanzink vorbewittert hellgrau
- Anthra-Zink, Titanzink vorbewittert anthrazit
- System Delta Altenberg Zink – Blank Zink, Quarz-Zink oder Anthra-Zink mit Delta VMZ Noppenbahn sowie Spezial Edeldahlhafter.

Für diese Erzeugnisse übernimmt das Unternehmen die Gewährleistung entsprechend den Vorgaben der SHK-Haftungsübernahmevereinbarung. Voraussetzung dafür ist der sach- und fachgerechte Einbau durch ein Mitgliedsunternehmen der SHK-Organisation.

### Verbindungsbüro UICP bei der EU-Kommission

Mit der Einrichtung eines eigenen Verbindungsbüros bei der Europäischen Kommission in Brüssel sollen die Interessen der SHK-Handwerke auch auf europäischer Ebene effektiver vertreten werden. Das Sekretariat wurde bei der UEAPME angesiedelt und wird die Internationale Union für Spenglerei und Sanitärinstallation, Zürich, über alle Aktivitäten der europäischen Institutionen, soweit sie die SHK-Handwerke betreffen, informieren. Außerdem wird es die UICP-Sitzungen begleiten, den Zugang zu den EU-Behörden erleichtern und allgemeine Sekretariatsarbeiten erledigen.

Meister-Infoline (0 18 05) 22 36 36  
Anrufe nach Werbeträgern bis 31. 12. 1998

Publikation	Anzahl	in %
Bild am Sonntag	414	8
Focus	180	4
Tageszeitungen	2233	45
Wochenanzeiger	46	1
Haus & Grund	342	7
Welt am Sonntag	203	4
Mein Eigenheim	105	2
Bauen & Wohnen	314	6
Das Haus	80	2
Haus & Markt	50	1
I-Bau	87	2
Mein schöner Garten	38	1
Wochenzeitschrift	127	3
Super Illu	74	1
Zeitschrift Heizkomfort	62	1
Stadtwerke-Infozeitschrift	144	3
Sonstige	450	9
<b>Gesamt</b>	<b>4949</b>	<b>100</b>

ISH '99 in Frankfurt

## Die Welt der SHK-Handwerke

*Die letzte ISH dieses Jahrhunderts ist ein Ausblick in die Zukunft: Neue Produkte, modernste Technik und neue Marktfelder, aber auch wirtschaftspolitische Impulse stellen sich hier dem Urteil des Fachpublikums. In Halle 6.1, Stand B 10, präsentiert der ZVSHK sein Leistungsspektrum für die Mitglieder der SHK-Organisation.*

Unter dem Motto „SHK mobil“ stellt der Zentralverband SHK die vielfältigen Aktivitäten der Verbandsorganisation vor. Dabei gilt das Wort mobil nicht nur wörtlich, sondern auch im übertragenen Sinne: Mut zu neuen Wegen, zu neuen Techniken und Aktivitäten auf dem Markt unter sich ständig verändernden Voraussetzungen. Eine erste Attraktion dürfte die Präsentation eines nach neuesten Erkenntnissen ausgestatteten Montage- und Kundendienstwagens sein. Daß dessen Motor auch noch mit Erdgas betrieben wird, unterstreicht den selbstgestellten Anspruch des SHK-Handwerks, Umweltschutzhandwerk zu sein. Das Fahrzeug selbst verfügt über eine funktionale Inneneinrichtung, die dem ZVSHK-Handbuch „Haustech-

nischer Dienst“ entspricht. Hineinsetzen und Anfassen ist nicht nur erlaubt, sondern sogar erwünscht.

### Handwerkermarke

Eine Zukunftsperspektive will der ZVSHK dem SHK-Handwerk im Bereich Handel und Exklusivität des Angebotes bieten. Stichwort hierfür ist die „Handwerkermarke“. Unter dieser Bezeichnung wird ein hochklassi-

Lehrgang zur „Fachkraft Solarthermie“, Informationen über Förderprogramme und Marketingmaßnahmen sind die Themen eines eigenen Info-Standes beim ZVSHK. Ein weiteres „öko-Eisen“ schmiedet der ZVSHK mit der Regenwassernutzung. Mit der Erarbeitung von Fachregeln für den Bau solcher Anlagen schuf der Zentralverband das Fundament, auf dem die Mitgliedsbetriebe dieses Marktfeld „be-



**Erneut wird der Stand des Zentralverbandes in Halle 6.1 (Stand B 10) Publikumsmagnet sein**

ges und preisgünstiges Sortiment von Produkten ausschließlich den Mitgliedsbetrieben der SHK-Organisation zur Verfügung stehen und nicht in den Regalen von Baumärkten beispielsweise zu finden sein. Eine weitere Chance verspricht das Thema der Nutzung von Energie aus der Umwelt. Die entsprechende Technologie ist längst den Kinderschuhen entwachsen, Solar Kollektoren auf dem Dach erfreuen sich zunehmender Beliebtheit und dem SHK-Handwerk bieten sich hier ungeahnte Möglichkeiten. Solarkampagne 2000, so lautet das Motto, unter dem Politik, Industrie und Handwerk die Nutzung dieser Energiequelle fördern. Der von der SHK-Organisation angebotene

ackern“ können. Dies gilt auch für das Zukunftsthema „Wärmelieferung aus einer Hand“.

### Neue Wege gehen

Der Computer hat sich längst seinen Stammplatz im Handwerksbetrieb erobert. Was dieser Zauberkasten wirklich kann, demonstriert ein eigenes EDV-Zentrum auf dem Stand des ZVSHK. Unter fachmännischer Anleitung können hier die Besucher das SHK-Programm „Deckungsbeitragsrechnung“ und die Arbeit mit der CD-ROM



Energieberatung ausprobieren oder im Internet-Café durch die virtuelle Welt der SHK-Zukunft surfen. Dem Dauerbrenner Einzelhandel im Handwerk ist dagegen ein Muster-Schaufenster gewidmet. Gezeigt wird hier, wie sich der Handwerksbetrieb im Wettbewerb mit den Baufachmärkten positionieren kann. Ansprechende Sanitärarmaturen, gekonnt präsentiert, sollen nicht nur Laufkundschaft anlocken sondern können gleichzeitig auch Appetit auf eine Badsanierung beispielsweise machen, ein Angebot, bei dem der Fachhandwerker unschlagbar ist.

### Die ganze Palette

Dazu wird die gesamte Palette der Einrichtungen im Dienst der Mitgliedsbetriebe präsentiert, zum Teil mit eigenen Ständen, wie die Wirtschaftsgemeinschaft Metalldächer und -fassaden in Klempnertechnik in der Halle 6 im Eingangsbereich. Die Arbeitsgemeinschaft der deutschen Kachelofenwirtschaft lädt ein in der Halle 9.2. Auf dem Stand des ZVSHK sind eingebunden die Überwachungsgemeinschaft Technische Anlagen der SHK-Handwerke, das Berufsförderungswerk für das SHK-Handwerk sowie die Informationsstelle für Umweltschutz. Einen Höhepunkt wird es außerdem am 24. März gegen 15.30 Uhr geben. Dann nämlich will Bundeswirtschaftsminister Dr. Werner Müller den Start der Solarkampagne 2000 eröffnen. □

ZVSHK-Konjunkturbarometer 1999

# Viele Wolken und wenig Silberstreif

Die grundsätzliche Tendenz, daß nämlich die wirtschaftliche Lage der Betriebe in den neuen Bundesländern noch immer schlechter ist, als die der in den alten Bundesländern, ist nach fast 10 Jahren deutscher Einheit nach wie vor zu erkennen. So beschreiben zwar die Unternehmen in Ost wie in West zu über 50 Prozent (West: 56, Ost 53,9) ihre gegenwärtige Lage als befriedigend, im Westen aber nur 25 Prozent als gut, während im Osten sogar nur 17,4 Prozent von einer guten Situation sprechen. Als ausgesprochen schlecht wird die Situation dagegen von 28,7 Prozent der Betriebe im Osten und 19,4 Prozent im Westen bezeichnet.

### Tendenz sinkend

Noch gravierender sind die Unterschiede bei der Vorschau auf die kommenden sechs Monate. Ganze 7,9 Prozent der SHK-Unternehmer im Westen rechnen mit einer Verbesserung, im Osten sind es sogar nur 3,4 Prozent. Im Gegenteil, daß die Lage noch schlechter wird, meinen 23,3 Prozent der Betriebe im Westen, im Osten glaubt sogar fast jeder zweite SHK-Unternehmer (49,2 Prozent) an einen weiteren Abschwung. Dieses

*Noch im Herbst 1998 schien die Konjunktur wieder Tritt zu fassen. Doch jetzt sieht alles wieder ganz anders aus, das ist zumindest der Trend, der aus den Antworten von rund 1000 SHK-Betrieben aus ganz Deutschland auf eine aktuelle Umfrage des ZVSHK hervorgeht: Von wenigen Ausnahmen abgesehen, geht die Tendenz ins Minus.*

Alarmsignal gilt auch dem Arbeitsmarkt. Zwar rechnet die Mehrzahl aller Betriebe damit, daß die Anzahl der Beschäftigten gehalten werden kann (71,6 Prozent im Westen, 62,1 im Osten), aber hier gibt es merklliche Unterschiede: 36,2 Prozent der SHK-Unternehmen im Osten fürchten, ihren Mitarbeiterstand nicht halten zu können. Im Westen sind es 21,9 Prozent. Dies ist umso alarmierender, als das Handwerk bisher generell als stabilisierender Faktor auf dem Arbeitsmarkt galt.

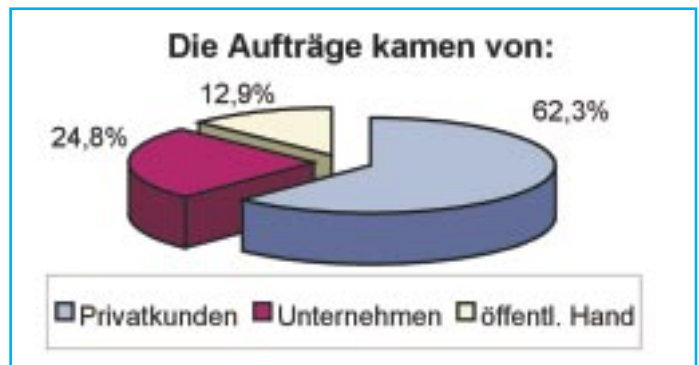
### Große Unterschiede

Betrachtet man die Ergebnisse der Umfrage getrennt nach Sparten, so zeigen sich erhebliche Unterschiede. Von den Gas- und Wasserinstallateuren bezeich-

nen immerhin 25,2 Prozent ihre gegenwärtige Geschäftslage als „gut“, 55,4 als „befriedigend“ und 19,4 Prozent als „schlecht“. Relativ gering sind die Unterschiede zum Zentralheizungs- und Lüftungsbauerhandwerk. Hier melden 23,1 Prozent eine gute, 53,8 eine befriedigende und 23,1 Prozent eine schlechte Geschäftslage. Gravierender kommt vom Kachelofenbau. 37,4 Prozent der in diesem Geschäftsfeld tätigen Betriebe bezeichnen ihre gegenwärtige Lage als gut, 43,8 Prozent als befriedigend und allerdings auch 18 Prozent als schlecht. Am Ende der Skala rangieren dagegen die „Generalisten“, die Unternehmen also, die die gesamte Palette der SHK-Leistungen anbieten. Nur 17 Prozent davon melden eine gute gegenwärtige wirtschaftliche Lage, 62,7 bezeichnen diese als befriedigend und 20,3 Prozent als schlecht.

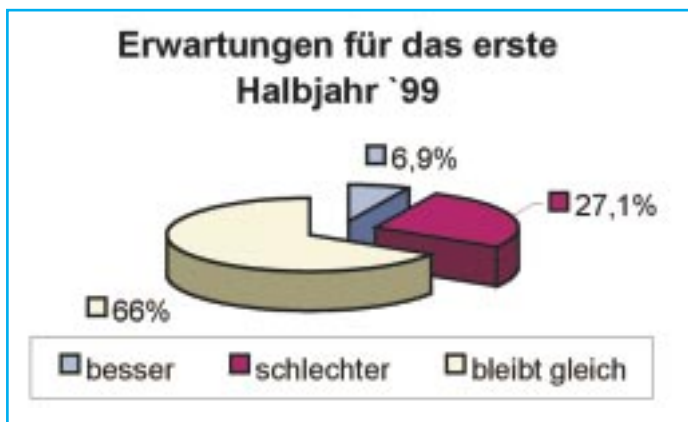
### Düstere Prognosen

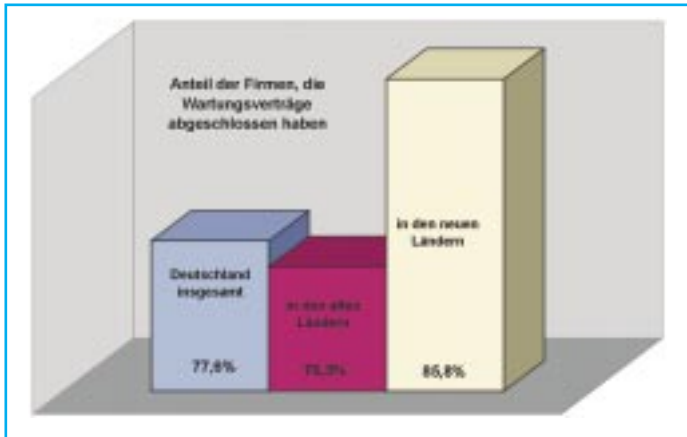
Hoffnung auf eine grundlegende Besserung der SHK-Konjunktur macht sich allerdings nur eine Minderheit der befragten Unternehmen. Es geht aufwärts, meinen ganze 6,3 Prozent der Gas-



sind die Unterschiede zu den Klempnern: Nur 20 Prozent melden „gut“, 69 Prozent „befriedigend“ und allerdings auch nur 12 Prozent eine schlechte Situation. Die mit Abstand beste Meldung

und Wasserinstallateure, 8,4 Prozent der Zentralheizungs- und Lüftungsbauer, 6,1 Prozent der Kachelofenbauer, 8,3 Prozent der Klempner und sogar nur 2,6 Prozent der Allrounder. Dem entsprechen die schlechten Erwartungen: 23,3 Prozent der Gas- und Wasserinstallateure, 29,6 der Zentralheizungs- und Lüftungsbauer, 24,2 Prozent der





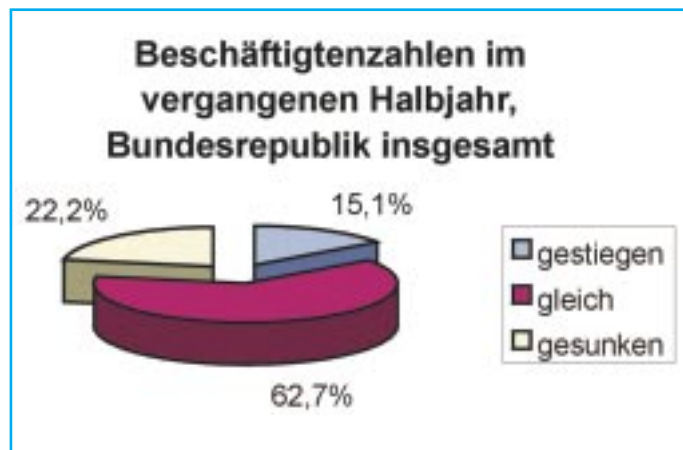
Kachelofenbauer und 19 Prozent der Generalisten meinen, die nächsten sechs Monate werden schlechter werden. Aus diesem Rahmen fallen allein die Klempner, hier rechnen „nur“ 12,5 Prozent mit einem weiteren Abschwung.

Entsprechend sind auch die Angaben zur Personalentwicklung: Gleichbleibend, meinen zwischen 70 und 80 Prozent aller Unternehmen. Bei denen, die noch einstellen wollen, stehen die Betriebe der Gas- und Wasserbranche mit 8,2 Prozent vorn, gefolgt von den Zentralheizungs- und Lüftungsbauern (5,4) den Generalisten (4,5) und den Kachelofenbauern, bei denen 3 Prozent Einstellungsbedarf haben. Klempner auf Jobsuche haben dagegen ganz schlechte Karten, kein einziger Betrieb dieser Branche meldete Bedarf an zusätzlichen Mitarbeitern.

Aber auch bei den anderen SHK-Handwerken sieht es düster aus. So rechnen 9,1 Prozent der Kachelofenbauer, 12 Prozent der Klempner, 21,3 Prozent der Gas- und Wasserinstallateure und sogar 28 Prozent der Zentralheizungs- und Lüftungsbauer mit sinkenden Beschäftigtenzahlen. Bei den Betrieben, die das ganze SHK-Spektrum anbieten, sind es 22,6 Prozent.

## Chancen erkennen und nutzen

Bei all den schlechten Nachrichten zeigt die Konjunkturumfrage des ZVSHK allerdings auch einige Lichtblicke und Perspektiven auf. Zwar sind – wie bereits in der Vergangenheit – die Auftragseingänge sowohl



aus der gewerblichen Wirtschaft und von öffentlichen Institutionen dramatisch gesunken, allein das Geschäft mit Privatkunden zeigte in den vergangenen sechs Monaten einen leichten Aufwärtstrend, mit einer Ausnahme, dem Kachelofenbau. Anzumerken ist hierzu jedoch, daß die verschlechterten steuerlichen Rahmenbedingungen auch dieses zarte Pflänzchen bedrohen. Die Forderung der SHK-Spitzenorganisation, Investitionen in energiesparende Haustechnik steuerlich zu begünstigen, gewinnt damit neue und dringende Aktualität.

Wo die Reise für die SHK-Handwerke hingehen könnte belegen schließlich zwei Zusatzfragen. Die erste betraf das Thema Wartungsverträge. Diese haben sich, so das Ergebnis, zu einem echten Renner entwickelt: 71,4 Prozent der Gas- und Wasserinstallateure, 88,1 Prozent der Zentralheizungs- und Lüftungsbauer und 81,9 Prozent der Allrounder schließen mit ihren Kunden solche Verträge ab, mit steigender Tendenz. Besonders aktiv sind hierbei die Betriebe in den neuen Ländern, wobei die Unternehmen in Sachsen und Thüringen mit einer Steigerungsrate von 68,4 Prozent die Spitzenreiter sind. Bemerkenswert ist hierbei auch, daß Betriebe mit 50 und mehr Mitarbeitern auf diesem Markt besonders erfolgreich sind. Über 80 Prozent dieser Unternehmen meldeten eine Zunahme der Wartungsverträge.

## Nachgefragt

Wartungsverträge gehören für viele Betriebe zum einträglichen Alltagsgeschäft. Doch viele Betreiber von wartungspflichtigen Feuerungsanlagen sperren sich gegen den Abschluß eines entsprechenden Vertrages. Gefragt wurde deshalb auch, welche Erfahrungen die Betriebe mit gewonnenen – aber auch mit ablehnenden Kunden gemacht haben. Die gemachten Angaben können gegebenenfalls helfen, sich einen eigenen Argumentationskatalog zusammenzustellen:

- mehr Sicherheit für den Kunden, Notfalldienst auch außerhalb der Geschäftszeit
- garantierte Kosten und längere Gewährleistung für Neuanlagen
- Hinweis auf gesetzliche Vorschriften und
- sparsamerer Energieeinsatz und Schonung der Umwelt.

Als ein Erfolgsrezept wurden fast ausnahmslos die verstärkten Bemühungen der Betriebe, sei es durch persönliche Ansprache von Alt- und Neukunden, durch Vorlage eines attraktiven Angebotes und vor allem die Zufriedenheit der Kunden mit den bisher erbrachten Leistungen genannt. Nicht unterschätzt werden darf außerdem der Einfluß des zuständigen Schornsteinfegermeisters. Es mag zwar ärgerlich sein, daß dieser mit seiner eigenen Messung dem Heizungsbauer ins „Handwerk fummelt“, Streit mit ihm sollte man deshalb trotzdem nicht anfangen, denn er ist nun einmal vom Gesetz mit bestimmten Kompetenzen ausgestattet, die er allerdings nicht überschreiten darf. Für die Behebung technischer Mängel oder die Wartung ist dagegen der qualifizierte Fachbetrieb zuständig. Ein guter Kontakt zum „schwarzen Mann“ kann durchaus dazu führen, daß man auf dessen Empfehlung hin neue Kunden gewinnt. □