

■ Vaillant Brosset wird Geschäftsführer

Neuer Geschäftsführer bei Vaillant wird Dr. Michael Brosset. Ab Januar 2000 wird er für Vertrieb und Marketing verantwortlich sein. Brosset war insgesamt 12 Jahre bei Villeroy & Boch tätig, wo er für den Unterneh-



nehmensbereich Bad und Küche zunächst als Leiter Marketing und Vertrieb und seit 1995 als Unternehmensbereichsleiter und Mitglied des Vorstands verantwortlich zeichnete.

■ Rapido Hogelucht neuer Vertriebsleiter

Martin Hogelucht ist neuer Leiter für Marketing und Vertrieb bei der Rapido Wärmetechnik GmbH, Viersen. Der 43jährige löst Ingo Leimkühler ab, der die-



Das Führungs-Trio von Rapido (v. r.): Geschäftsführer Werner Dingel, der neue Vertriebsleiter Martin Hogelucht und kaufmännischer Leiter Ingo Leimkühler

se Aufgabe in den letzten zwei Jahren interimweise übernommen hatte. Leimkühler konzentriert sich nun wieder ganz auf seine Funktion als kaufmännischer Leiter bei Rapido. Hogelucht ist seit fast 30 Jahren in der Heizungsbranche tätig. Zuletzt leitete er die Abteilung Vertrieb und Marketing bei der Ewfe in Bremen.

■ Roth Geschäftsleitung neu organisiert

Matthias Donges (40) ist neues Mitglied der Geschäftsführung der Roth Werke GmbH. Zu seinem Aufgabengebiet gehört unter anderem der Vertrieb. Donges ist seit 1985 bei Roth tätig und leitete zuletzt das Controlling der Roth Industries GmbH & Co. Der Geschäftsführung gehören außerdem Gesellschafter Manfred Roth sowie Alfred Kajewski an. Kajewski ist langjähriges Geschäftsleitungsmitglied mit Aufgabenschwerpunkt Verwaltung. Wolfgang Molterer schied aus der Geschäftsführung aus. Grund dafür waren „unterschiedliche Auffassungen über die Unternehmenskultur“. Das Verkaufsleistungsteam für das gesamte Roth Produktprogramm Behälter, Rohrsysteme und Sanitär bilden Erich Ronzheimer und Rüdiger Heinz. Beiden wurde Prokura erteilt. Marketing Direktor ist Dr. Michael Schröder. Er ist seit vie-



Geschäftsleitung und Vertriebsteam bei Roth Werke (v. l.): Matthias Donges, Erich Ronzheimer, Dr. Michael Schröder, Rüdiger Heinz, Alfred Kajewski

len Jahren im Unternehmen tätig, zuletzt als Spartenleiter Sanitär.

■ Friedenspeife Keramag und V & B

Öffentlichkeitswirksam während der ISH in Szene gesetzt, hat die Keramag AG im März dieses Jahres eine Klage gegen Villeroy & Boch eingereicht. Streitgegenstand war die nach Auffassung von Keramag irreführende V & B-Werbung für die Ende 1998 in den Markt eingeführte Keramikbeschichtung Ceramic Plus. Dr. Georg Wagner, Vorstandsvorsitzender der Keramag AG, bemängelte damals Formulierungen wie „neue Keramik“, „neue Glasur“, „unerreicht pflegeleicht“, „schmutzabweisend“, „müheless zu reinigen“, „Active-Clean-Effekt“, „macht umweltbelastende, aggressive Reiniger überflüssig“, „10 Jahre Haltbarkeit“ und „antibakteriell“. Diese Werbeaussagen, so Wagner damals, seien vor dem Hintergrund vorliegender Gutachten sachlich nicht haltbar, irreführend und daher wettbewerbswidrig. Wie jetzt einem gemeinsamen Schreiben an „die Geschäftspartner“ zu

entnehmen war, haben sich die Keramag AG und Villeroy und Boch Mitte September auf folgende außergerichtliche (Sprach-)Regelung geeinigt: „Keramag und Villeroy & Boch haben sich darauf verständigt, die bestehende Auseinandersetzung über die werblichen Aussagen zu Ceramic Plus zu beenden. Die beiden Parteien kommen zu folgender Präzisierung: ● Mit der Bewerbung von Ceramic Plus sollte nicht der Eindruck erweckt werden, daß es sich um eine neue Keramik oder eine neue Glasur handelt, sondern um eine Modifizierung der Oberfläche mit den inzwischen bekannten Effekten.

● Diese Oberfläche ist leicht zu reinigen und „schmutzabweisend“, sie reinigt sich aber nicht von selbst (active clean).

● Die Langzeitnutzung, die vom Fraunhofer Institut bestätigt wird, ergibt sich, wie inzwischen vielfach kommuniziert, nur unter der Beachtung der Pflegeanleitung.

Mit dieser Einigung möchten die beiden Seiten verdeutlichen, daß Ihnen an einer sachlichen Lösung gelegen ist und Handel, Handwerk und Industrie sich auf die nach vorne orientierte Entwicklung des Marktes konzentrieren können.“ Das gerichtliche Verfahren wurde eingestellt. Die Vorgehensweise der Keramag AG war insbesondere von seiten des Handels attackiert

worden, da mit den Aussagen der Ratinger Hersteller zu Ceramic Plus eine allgemeine Verunsicherung des Marktes einherging. Diesen „Sturm im Wasserglas“ hätte man der Branche sicherlich ersparen können.

■ MRW

Verkauf von Mannesmann Pressfitting

Im Rahmen der Mannesmann-Konzernstrategie, sich schrittweise aus dem Röhrengeschäft zurückzuziehen, beabsichtigt die Mannesmannröhren-Werke AG die Aktivitäten auf den Gebieten Rohrverbindungstechnik sowie Gasflaschen und Hochdruckbehälter in die Hände eines starken Partners zu legen. MRW hat dazu mit der Investmentgesellschaft Bessemer Holdings L. P., New York, eine Rahmenvereinbarung über die Veräußerung der MRW-Tochtergesellschaften Mannesmann Pressfitting sowie Mannesmann Cylinder Systems getroffen. Vorgesehen ist, daß beide Gesellschaften noch im Laufe dieses Jahres von Bessemer übernommen werden. Der wirtschaftliche Übergang ist für den 1. Oktober geplant. Bessemer beabsichtigt, beide Unternehmen zu stärken und gezielt auszubauen. Seit 1989 wurden 35 Unternehmen im Gesamtwert von nahezu 8 Milliarden DM erworben.

Mannesmann Pressfitting (MPF) mit Verwaltung und Fertigung in Langenfeld ist nach eigenen Angaben Weltmarktführer für Pressfitting-Systeme aus Kohlenstoffstahl und aus Edelstahl. Seit März 1999 führt MPF auch den Werkstoff Kupfer im Programm. Mit mehr als 600 Mitarbeitern erzielte die Gesellschaft 1998 einen Umsatz von 309 Millionen DM. 30 Millionen Pressfittings wurden gefertigt und zusammen mit über 20 000 km Leitungsrohren und den für die Verbindungstechnik notwendigen Presswerkzeugen vorwiegend in Westeuropa vertrieben.

Mannesmann Cylinder Systems mit Werken in Dinslaken und Homburg/Saar fertigt und vertreibt Gasflaschen und Hochdruckbehälter mit Rauminhalten von 1 l bis 3500 l (rd. 500 Mitarbeiter, Umsatz 1998: rd. 120 Millionen DM).

■ Hoesch

Erstmals Jahresbericht

Als Vorstufe eines Geschäftsberichtes veröffentlichte Hoesch jetzt erstmals einen 40seitigen Jahresbericht. Er enthält alle wichtigen Daten und Fakten zum Unternehmen und zu den Produkten. Wie aus der Broschüre hervorgeht, stieg der Umsatz 1998 gegenüber dem Vorjahr um 8 % auf insgesamt 168,1 Mio. DM. Großen Anteil daran hatten die Dampfbäder mit einer Umsatzverdoppelung. In Deutschland liefern die Dürener mit jährlich 2500 Stück nach eigenen Angaben 60 % aller Dampfbäder, die über den Großhandel abgesetzt werden. Aber auch der Exportanteil am Gesamtumsatz wuchs von 12 auf 14 %. Mit einer Umsatzrendite von rund 5 % blieb das Unternehmen hinter den angestrebten 7 bis 8 % zurück. An den beiden deutschen Standorten Düren und Andernach beschäftigte das Unternehmen zum Jahresende 1998 insgesamt 524 Mitarbeiter.

Für 1999 setzt der zu 100 % in Besitz der Familie Hoesch befindliche Badausstatter, der mit nur einem Viertel aller über den deutschen Handel abgesetzter Wannen einen Wertanteil von 40 % hält, weiterhin auf das Luxussegment. Während man bei einem gestiegenen Exportanteil von 17 bis 18 % 1999 insgesamt eine ähnliche Umsatzsteigerung wie 1998 sieht, werden bei Dampfbädern eine erneute Umsatzverdoppelung sowie bei Whirlpools und Saunen ein Zuwachs von bis zu 50 % erwartet. Zur Abdeckung des unteren Preissegments wurde im Januar 1999 eine Acrylwannenproduktion im südafrikanischen Kapstadt übernommen, wo 120 Mitarbeiter jährlich rund 50 000 Wannen für den Standardbereich sowie den Export fertigen.

■ Westfa

Sonnenkraft fusioniert mit Solartop

Kurz entschlossen hat sich das Unternehmen Sonnenkraft GmbH mit Sitz in Wörth a. d. Donau mit Solartop GmbH mit Sitz in Neutraubling fusioniert. Sonnenkraft konnte sich nach eigenen Angaben in nur 6 Jahren vom Newcomer an die Spitze der österreichischen Solaranbieter katapultieren. Die durch die Fusion mit Solartop erlangte Marktstärke soll dem Unternehmen nun an die Spitze des Deutschen Solarmarktes verhelfen. Die bisherigen Sortimente ergänzen sich und erste Synergieeffekte sind durch eine Standortkonzentrierung spürbar. Der gemeinsame Standort liegt in Neutraubling bei Regensburg. Aufgrund der Fusion gibt es keine Personalveränderungen. Im Zuge der Expansion wurde für den Bereich Mittel- und Norddeutschland eine Vertriebskooperation mit Westfa aus Hagen unterzeichnet.

■ Vaillant

Brennstoffzellen-Entwicklung wird forciert

Vaillant hat mit dem US-amerikanischen Unternehmen Plug Power, Latham/New York, eine enge Zusammenarbeit zur Entwicklung von Brennstoffzellen-Heizgeräten vereinbart. Außerdem wurde mit GE Fuel Cell Systems, ebenfalls Latham/New York, und Plug Power ein Vorvertrag zur europaweiten Vermarktung der Brennstoffzellen-Technologie abgeschlossen. Die Vereinbarung mit GE Fuel Cell Systems regelt – vorbehaltlich der endgültigen Verträge, deren Unterzeichnung unmittelbar bevorsteht – die Zusammenarbeit auf der Vertriebsseite. Vaillant wird demnach über GE Fuel Cell Systems Brennstoffzellen und Gasaufbereitungskomponenten von Plug Power beziehen und die Brennstoffzellen-Heizgeräte während der ersten Phase der Kooperation zunächst für seine Kunden in Deutschland, Österreich, der Schweiz und den Niederlanden, als auch für die



Gary Mittelman, President & Chief Executive Officer von Plug Power und Vaillant GF Manfred Ahle unterzeichneten den Kooperationsvertrag zur gemeinsamen Entwicklung der Brennstoffzellen-Technologie

europäischen Aktivitäten von General Electric produzieren. Durch den Kooperationsvertrag mit Plug Power hat Vaillant einen der führenden Entwickler von Brennstoffzellensystemen zur stationären Energie- und Wärmeerzeugung in privaten Haushalten als Entwicklungspartner gewonnen. Plug Power war weltweit das erste Unternehmen, das ein Brennstoffzellensystem zur dezentralen Versorgung eines Einfamilienhauses erfolgreich demonstriert hat. Etwa Ende des Jahres 2001 sollen die ersten Pilotanlagen mit der Vaillant Hasen-Marke in verschiedenen europäischen Regionen, insbesondere in Deutschland, Österreich, der Schweiz und den Niederlanden, getestet werden. Der breite Verkaufsstart ist für das Jahr 2003 vorgesehen. Bis zum Jahr 2010 plant Vaillant eine Absatzsteigerung auf 100 000 Geräte pro Jahr.

■ Solar Direct Auf Expansionskurs

Die Solar Direct Haustechnik GmbH, Köln, Telefon (02 21) 7 00 58 95, www.solardirect.de, präsentiert sich weiterhin im Aufwärtstrend: Bereits 20 Partnerbetriebe gehören mittlerweile dem Verbund an. Damit konnte das Kooperationsystem mit der Zentrale in Köln seine Prä-

senz in Deutschland mehr als verdreifachen. Ende dieses Jahres sollen nach Angaben des Gründers und Geschäftsführers Markus Schmerbeck insgesamt 30 Partner dem System angehören. Geplant ist, daß in der Endausbauphase der Kunde bundesweit auf 200 Solar- und Haustechnik-Betriebe zurückgreifen kann. Auch der Gruppenumsatz konnte laut Solar Direct deutlich gesteigert werden: Lag der Gruppenumsatz im letzten Jahr noch unter der Milliongrenze, so hat der Verbund bereits zum Halbjahr 1999 den Umsatz auf 5 Millionen Mark fast verzehnfachen können. Schmerbeck rechnet daher in diesem Jahr mit einem zweistelligen Millionenergebnis.

■ BHKS

Licht am Ende des Tunnels?

Trotz einer gesamtwirtschaftlich leichten konjunkturellen Erholung halten die rezessiven Tendenzen im Bereich der Bauwirtschaft weiter an. So habe sich auch die wirtschaftliche Situation in der TGA-Branche nicht wesentlich verbessert, teilte der BHKS mit. Während sich in Westdeutschland allmählich ein Ende der konjunkturellen Tal-fahrt andeutet, sei die wirtschaftliche Lage in Ostdeutschland nach wie vor schlecht.

Bereits im Jahr 1998 mußte in der TGA-Branche eine Verschlechterung der wirtschaftlichen Situation sowohl für Ost-

als auch für Westdeutschland verzeichnet werden. Dieser Trend setzt sich auch im laufenden Jahr 1999 weiter fort. Insbesondere in den neuen Bundesländern verstärkte sich die konjunkturelle Talfahrt im ersten Halbjahr 1999. Hier mußte gegenüber dem Vorjahreszeitraum ein Umsatzrückgang von 17,3 % verkraftet werden. Die Anzahl der Beschäftigten verminderte sich im Vergleich zum ersten Halbjahr 1998 um 14,8 %, die Anzahl der geleisteten Arbeitsstunden um 14,8 % und die Lohn und Gehaltssumme nahm um 13,3 % ab. Weiterhin negative Tendenzen sind auch für westdeutsche TGA-Unternehmen zu beobachten, allerdings nicht ganz so stark ausgeprägt wie in Ostdeutschland. Der Gesamtumsatz stagnierte hier im ersten Halbjahr 1999 ungefähr auf dem Niveau des ersten Halbjahres 1998 (-1,0 %). Die Anzahl der Beschäftigten sank für den selben Betrachtungszeitraum um 3,9 %, die geleisteten Arbeitsstunden verminderten sich um 4,1 %. Die Lohn- und Gehaltssumme erreichte im ersten Halbjahr 1999 das Niveau des ersten Halbjahres 1998 (-1,0 %). Hinsichtlich der wirtschaftlichen Situation der TGA-Unternehmen ist eine heterogene Struktur zu beobachten. Einigen, insbesondere größeren Unternehmen, geht es mittlerweile wieder relativ gut, anderen nach wie vor eher schlecht. Die Stimmung in den westdeutschen TGA-Unternehmen ist durchschnittlich etwas optimistischer als letztes Jahr. Nach wie vor befinden sich allerdings vorwiegend ostdeutsche Unternehmen in einer schwierigen wirtschaftlichen Situation. Die Marktbereinigung ist in der TGA-Branche weiterhin noch nicht abgeschlossen. Vor allen Dingen in Ostdeutschland nimmt die Anzahl der Insolvenzen weiter zu. Geringe Bauaktivitäten sowie eine sehr restriktive Vergabepraxis der öffentlichen Hände erschweren die wirtschaftliche Lage der Unternehmen. Hinzu kommt ein nach

■ 21 Millionen

SHK-Branche erhöht Werbedruck

Auf der VDS Mitgliederversammlung am 28. 9. 99 wurde beschlossen, die Gemeinschaftswerbung im nächsten Jahr wieder aufleben zu lassen. 11 Millionen DM sollen für die Kampagne ausgegeben werden. Der vom DG-Haustechnik ausgearbeitete und verabschiedete Finanzierungsvorschlag sieht eine Rückvergütung aus den umsatzorientierten Boni, die Großhandelshäuser jedes Jahr von den Herstellern erhalten, vor. Von dieser Summe werden 0,2 % des Netto-Umsatzes mit Produkten vor der Wand und 0,1 % des Netto-Umsatzes mit Produkten in der Wand an einen Treuhänder überwiesen. Diese ca. 10 bis 11 Millionen DM bilden den Etat für die Gemeinschaftswerbung. Weniger im Rampenlicht der Öffentlichkeit, aber für's Handwerk genauso wichtig wie die VDS Gemeinschaftswerbung: Es kamen noch einmal über 10 Millionen DM für Öffentlichkeitsarbeit aus dem Portemonnaie der Heizungswirtschaft zusammen. Mit 7 Millionen DM trägt das IWO, also die Mineralölwirtschaft, diesmal den Löwenanteil. Diese Mittel werden vor allem für kooperative Maßnahmen mit dem Handwerk eingesetzt. Dieses Engagement soll – auch in dieser Höhe – über mehrere Jahre fortgeführt werden. Hinzu kommen die 3 Millionen DM der Heizungsgemeinschaftswerbung, die von Gaswirtschaft, Gerätehersteller und Handwerk, bestritten werden.

wie vor sehr niedriges Preisniveau und eine insgesamt schwache Nachfrage. Problematisch ist weiterhin der zunehmende Wettbewerb durch osteuropäische Firmen sowie die Vergabe an Generalunternehmen, wobei

mittlerweile Preisabschläge von bis zu 10 % vorgenommen werden. Aufgrund der schlechten Auftragslage müssen viele Unternehmen ihre Geschäftstätigkeit über die Grenzen hinweg ausdehnen. Die Sanierung von Altanlagen steht zunehmend im Vordergrund.

Insgesamt gehen die Meinungen hinsichtlich der Entwicklung der wirtschaftlichen Situation in den Unternehmen der Technischen Gebäudeausrüstung in der Zukunft momentan noch auseinander. Optimisten sehen durchaus ein Licht am Ende des Tunnels und prognostizieren zumindest langfristig einen konjunkturellen Aufschwung für die TGA-Branche. Nach wie vor werden allerdings immer noch negative Auffassungen hinsichtlich der zukünftigen wirtschaftlichen Lage im TGA-Bereich vertreten. Pessimisten befürchten, daß das sogenannte Licht am Ende des Tunnels mehr von einem entgegenkommenden Zug ausgeht, als daß es einen Ausweg aus der wirtschaftlich schlechten Situation andeutet.

■ TC-Quickpipe

Keine Verkeimung

Die holländische KIWA hat jetzt mit einer breit angelegten Untersuchung die Eignung verschiedener Kunststoffrohre im Bezug auf die Verhinderung von Verkeimung untersucht. Das PVC-C Rohrsystem TC-Quickpipe hat dabei hervorragend abgeschnitten. In Konsequenz daraus darf für ein neues großes Wohnungsbauprojekt ausschließlich PVC-C verwendet werden. Das System erfüllt sowohl die Vorgaben der Heizungsanlagenverordnung als auch des Schallschutzes. Außerdem ist dieses Produkt bauaufsichtlich in der Klasse „Schwerentflammbar“ (B1) zugelassen. Als derzeit einziges Kunststoffrohrsystem auf dem Markt hat es die Zulassungen von 16 bis 110 Millimeter Rohrdurchmesser erhalten.

■ **fbr**

Regenwasser und Wäschewaschen

Der Entwurf zur Novellierung der Trinkwasserverordnung sieht vor, das Wäsche waschen mit Regenwasser einzuschränken. Dies ergab sich aus einem Informationsgespräch von Vertretern der fbr mit dem Bundesministerium für Gesundheit. Ausschlag gebend für diese Bewertung sind die zuständigen Fachbehörden des Ministeriums. Demgegenüber stehen laut fbr aktuelle Gerichtsurteile und zahlreiche wissenschaftliche Untersuchungen, die zeigen, daß die Regenwasserqualität ausreichend für den Einsatz in der Waschmaschine ist. Die wissenschaftlichen Untersuchungen belegen, daß die Qualität des gespeicherten Regenwassers in aller Regel die Grenzwerte der EG-Richtlinie für Badegewässer enthält. Die Fachvereinigung ruft alle Personen und Haushalte die Regenwasser zum Wäsche waschen nutzen, auf, ihre Erfahrungen der fbr mitzuteilen, Telefax (0 61 51) 33 92 58, eMail: fbrrev@t-online.de.

■ **Grünbeck**

Ein halbes Jahrhundert alt

In diesen Tagen feiert Grünbeck Wasseraufbereitung das 50jährige Firmenjubiläum. Im Herbst 1949 von Josef Grünbeck gegründet, ist das Unternehmen heute mit fast 700 Mitarbeitern als Spezialist für alle Fragen der Wasseraufbereitung in der Haustechnik, der industriellen Prozeßwassertechnik, der Abwasserbehandlung, der Schwimmbadewasserbehandlung und der medizinischen Wassertechnik aktiv. Gekennzeichnet war die Entwicklung durch ein stetiges und solides Wachstum, das aus eigener Kraft finanziert werden konnte. Besondere Bedeutung hat die hohe technische Kompetenz der Mitarbeiter, aber auch



Das 50jährige Firmenjubiläum feiert Grünbeck Wasseraufbereitung mit Stammsitz in Höchstädt a. d. Donau

der vorsichtige Aufbau von Auslandsfirmen und Beteiligungen in Österreich, Schweiz, Holland und Dänemark sowie Joint-ventures im asiatischen Raum sowie Vertretungen inner- und außerhalb Europas. In der Produktstrategie wurde nicht nur darauf geachtet, daß eine stetige Neu- und Weiterentwicklung erfolgt, von der viele aus- und inländische Patente Zeugnis ablegen, sondern vor allen Dingen auch, daß der Qualitätsgedanke absolute Priorität hat.

■ **KME**

Gewinnspiel abgeschlossen

Unter mehr als 2000 Rücksendungen wurden die Gewinner von fünf modernen Fotoapparaten ermittelt, die die KM Europa Metal AG im Rahmen einer flächendeckenden Info-Aktion

zum Thema „halbharte Kupferrohre“ verlost hat. Das Unternehmen, das zur ISH 1999 erstmals halbharte „Sanco“- und „Wicu“-Rohre für den deutschen Markt präsentiert hatte, zeigte sich in diesem Zusammenhang mit der bisherigen Resonanz auf diese Neuheit zufrieden. Die von der KME-„Glücksfee“ unter juristischer Aufsicht gezogenen Gewinner je einer „Canon Ixus“-Kamera sind Mitarbeiter der folgenden Firmen:

- Pabst GmbH, 01609 Gröditz
 - Walter Oslicki GmbH, 30171 Hannover
 - Konzett & Lankes Heizungs- und Sanitärbaubau GmbH, 85354 Freising
 - Otto Krieglger Heizungs-Sanitär-Lüftungs-GmbH & Co. KG, 89542 Herbrechtingen
 - Faatz-Schleicher GmbH, 91086 Aurachtal
- Mitarbeiter von KME werden die Preise persönlich übergeben.



Unter juristischer Aufsicht ermittelte die KME-Glücksfee die Gewinner von fünf „Canon-Ixus“-Kameras

■ **Grohe**

Der Kern gibt die Kraft

Die Friedrich Grohe AG hat ein neuartiges Sandwich-Verfahren zur Herstellung hochwertiger Bedienhebel entwickelt. Solitan®, so der Name des neuen Werkstoffsandwich, ist eine Kombination aus Grivory (einem partiell aromatischen Polyamid der EMS-Chemie) und ABS und wird erstmals bei der Produktlinie Eurosmart eingesetzt. Das Kernelement Grivory ist mit 60 % Glasfasern verstärkt



Der Kern gibt die Kraft: Das im Spritzguß hergestellte Kernelement wird mit ABS ummantelt und läßt sich – laut Grohe anschließend hervorragend galvanisieren

und dient als mechanischer Träger, der die Kräfte aufnimmt. Es verfügt laut Grohe über eine Steifigkeit, die dem traditionellen Zinkdruckguß nahe kommt. Das im Spritzguß hergestellte Kernelement wird mit ABS ummantelt, so daß ein geschlossenes Formteil ohne Fugestellen entsteht. Es müsse nicht nachbearbeitet werden und eigne sich für die hochglänzende Galvanisierung. Die Formgebung des ABS-Mantels folge ausschließlich den Designanforderungen und unterliege im Gegensatz zum reinen ABS-Hebel keinerlei fertigungstechnischen oder mechanischen Restriktionen, heißt es in einer Pressemitteilung.

■ Grundfos

Drei neue Leistungen für G-Plus

Das seit der ISH mehr als 5500 Mitglieder zählende G-Plus Programm liegt weiter auf Erfolgskurs. Neben der Hotline, dem Expreß-Lieferservice für den Notfall und den Plus-Prämien für treue Kunden, bietet das Programm seinen Mitgliedern ab September 1999 drei neue Leistungen: Das Praxistraining für Praktiker, die Austauschberatung zur Erschließung neuer Kunden und den G-Plus Schutzbrief für 5 Jahre Betriebssicherheit ohne Risiko. Mitte September startet die erste Grundfos-Plus Trainingstour durch Deutschland. Das Programm umfaßt neben einer kurzen Einführung in die Technik elektronisch geregelter Pumpen auch eine Reihe praktischer Übungen am Modell, bei denen Pumpen ausgetauscht und auch eingestellt werden müssen.



Zum G-Plus Praxistraining gehört auch der Pumpenaustausch und die Pumpeneinstellung am Modell

Unterschiedliche Gewährleistungsfristen für Industrieprodukte und Bauleistungen nach VOB oder BGB enthalten ein Risiko, das Handwerksbetrieben bisher allein tragen mußten. G-Plus Firmenmitgliedern bietet Grundfos den G-Plus Schutzbrief, der gegen eine einmalige Gebühr das Risiko des produktbedingten Ausfalls von Pumpen über 5 Jahre abdeckt. Informationen zum G-Plus Programm gibt es von Grundfos Infoservice, 23807 Wahlstedt, Telefax (0 45 54) 98 71 17, eMail: info-service@grundfos.de



Treffen der Bufisten der Absolventenjahrgänge 1958/61 in Goslar. Unter ihnen Erwin Weller und Klaus Hackert

■ Bufa

Bufistentreffen in Goslar

Es hat sich schon zur Tradition entwickelt, daß sich ehemalige Absolventen der Jahrgänge 1958/61 der Karlsruher Bundesfachschule im zweijährigen Rhythmus treffen. Während das erste Treffen vor über 20 Jahren am Sitz der Bufa in Karlsruhe stattfand, wird seitdem jeweils ein anderer Absolvent mit der Durchführung des Treffens betraut. Es fanden schon Treffen am Bodensee, in Wien, Augsburg, Wuppertal, Bremen, Hammersbach, Frankfurt und Heilbronn statt. Hermann Ehrhardt hatte dieses Mal die Organisation des dreitägigen Treffens übernommen und in die Nähe seiner Heimat nach Goslar eingeladen. So waren über die Hälfte der Semester-Kollegen mit Ihren Damen, unter Ihnen der Landes-Innungsmeister von Baden-Württemberg Erwin Weller und der Heilbronner Handwerkskammer-Präsident Klaus Hackert, der Einladung gefolgt. Alle erlebten in der 1000jährigen Kaiserstadt am Harz ein frohes Wiedersehen mit ihren früheren Semester-Kollegen.

■ Ausbildung

Installateur- und Heizungsbaumeister

Die Johannes-Gutenberg-Schule in Heidelberg hat die Weichen für die Ausbildung zum Instal-

lateur- und Heizungsbaumeister gestellt. Die beiden Einzelberufe des Gas- und Wasserinstallateurs sowie des Zentralheizungs- und Lüftungsbauers wurden zusammengefaßt. Bereits seit 1. 2. 99 werden die Meisterschüler für die zuvor getrennten Gewerke sowohl praktisch als auch theoretisch ausgebildet. Hierbei sei – laut Aussage der Fachschule – der Spagat zwischen Erweiterung der Fachkompetenz bei gleichzeitiger Beibehaltung der einjährigen Ausbildungsdauer gelungen. Da seit geraumer Zeit die Möglichkeit der Ausbildung zur Elektrofachkraft für festgelegte Tätigkeiten im SHK-Bereich sowie spezielle Lehrgänge zur Fachkraft für Solartechnik angeboten werden, kann jeder Schüler seine Qualifikationen noch zusätzlich erweitern. Die nächste Möglichkeit zur Meisterschülerausbildung für Installateur und Heizungsbaumeister bietet sich ab dem 1. 2. 2000. Das Ausbildungsende ist der 31. 1. 2001. Interessenten können sich an das Sekretariat der Johannes-Gutenberg-Schule, Heidelberg, Mannheimer Str. 21, Telefon (0 62 21) 52 87 00, wenden.

■ Repabad

Wellness-Verkaufsschulungen

Die Schulungen zur Förderung des Verkaufs von Whirlpools und Dampfbädern wurden laut Repabad mit sehr guter Resonanz durchgeführt. Das einhalbtägige Programm bietet von der Praxis bis zum reinen

Verkaufstraining mit Fallstudien zahlreiche Anregungen für den Installateur, um das Wellnessgeschäft (umsatz)aktiv zu gestalten. Die Arbeit in kleinen Gruppen mit maximal 12 Teilnehmern steigern die Arbeitseffizienz. Die Termine im Jahr 2000: 18./19. 1., 14./15. 3., 16./17. 5. sowie der 13./14. 6. Weitere Infos direkt von Repabad, 73240 Wendlingen, Telefon (0 70 24) 9 41 10, Telefax (0 70 24) 94 11 30

■ Hansa

Seminar-Broschüre

Einen Vorsprung gegenüber dem Wettbewerb haben die Sanitär-Handwerksbetriebe und -Fachhändler, die ihr Sachwissen ständig verbessern. Aus diesem Grund bietet Hansa schon seit Jahren in ganz Deutschland erfolgreich Seminare zu verschiedenen technischen, be-



triebswirtschaftlichen und Marketing-Themen an. Mehr als 10 000 Teilnehmer jährlich erweitern ihr Wissen. Die Seminare richten sich je nach Angebot an Meister und Meisterfrauen, Firmeninhaber, Existenzgründer, Ausstellungsberater, Servicetechniker und Auszubildende. Die neue Broschüre enthält Termine bis April 2000 und kann per Fax (07 11) 1 61 44 63 oder eMail seminar@hansametall.de angefordert werden.