

### ■ **ICI Acrylics** **An Ineos Gruppe** **verkauft**

Die Ineos Gruppe hat sich mit Charterhouse Development Capital zusammengeschlossen, um den Kauf von ICI Acrylics für 505 Millionen £ zu finanzieren. Die unter anderem Namen firmierende ICI Acrylics ist führender Hersteller von Methylmethacrylaten (MMA). Methacrylate sind die Grundlage für ein breites Spektrum von Acrylprodukten und werden in Bereichen wie Beschichtungen, Haushaltsgeräte, Elektronik, Klebstoffe und Unternehmensbeschilderungen, bei Bädern, Badeanstalten sowie bei Küchenarbeitsflächen bis hin zum Bauwesen eingesetzt. ICI Acrylics mit Hauptsitz in Belgien hat 14 Produktionsstätten in neun Ländern und beschäftigt mehr als 2000 Mitarbeiter in Asien, Nord- und Südamerika und in Europa.



### ■ **Kütke** **Produktentwicklung** **für VitrA**

Prof. Dr. Erich Kütke hat als externer Berater seine Arbeit für Ekom Sanitärmarketing, Kerpen, aufgenommen. Der renom-

mierte Designer und Autor zahlreicher Fachbeiträge wird, so Geschäftsführer Zeki Safak Ozan, für die Ekom-Marke „VitrA“ die Produktentwicklung im Bereich Keramik und Fliesen mitbegleiten.

### ■ **RAL-Gütezeichen** **Mineralwolle-Produkte** **jetzt gütegesichert**

Bei Wärmeschutzmaßnahmen werden heute zunehmend Dämmstoffe verlangt, die in ihrer Güte über die bauaufsichtlichen Anforderungen hinausgehen. Neben Funktionalität ist gesundheitliche Unbedenklichkeit gefragt. Eine zuverlässige Orientierung für Planer und Auftraggeber liefert jetzt das RAL-Gütezeichen „Erzeugnisse aus Mineralwolle“. Dieses neue RAL-Gütezeichen gilt für die Herstellung von Glas-, Stein-

oder Schlackenwolle aus künstlich hergestellten mineralischen Fasern. Die Gütesicherung für Erzeugnisse aus Mineralwolle garantiert gesundheitlich unbedenkliche Produkte durch exakt definierte Testvorgaben. Um das RAL-Gütezeichen zu erhalten, muß der Hersteller neben den einschlägigen Vorschriften für Bauprodukte und den technischen Isolierungen nach DIN 41140 zusätzlich die in den Güte- und Prüfbestimmungen festgelegten Anforderungen einhalten.



### ■ **IBP** **Stärkt Standort**

Die an der Londoner Börse notierte britische Unternehmensgruppe Delta plc. hat ihrem Konzernbereich „Installations-technik“ eine neue Struktur verliehen und auch den Standort

Deutschland gestärkt. Das Geschäft mit Installationstechnik, das Delta in Europa über die „IBP – International Building Products“ abwickelt, ist am Gesamtumsatz des Konzerns (1998 über 2,7 Mrd. DM) mit etwas mehr als 25 % beteiligt. In Deutschland ist die IBP, die zehn Produktionsstätten in fünf Ländern sowie Vertriebsgesellschaften in elf weiteren unterhält, in Gießen und Ingolstadt vertreten.

Zum 1. Oktober 1999 wurden in der neu gegründeten IBP Deutschland GmbH die bisherige Vertriebsgesellschaft und der seit 90 Jahren bestehende Produktionsbetrieb IBP Bänninger GmbH sowie die im vergangenen Jahr erworbene Schubert & Salzer Ingolstadt Armaturen GmbH zusammengeführt. Die neue Gesellschaft mit Sitz in Gießen wird nicht nur den heimischen Markt betreuen, sondern in einer Schlüsselposition

auch für die Region „Central Europe“ (Benelux, Deutschland, Österreich, Schweiz, Skandinavien, Südosteuropa) wichtige Service- und Produktionsaufgaben übernehmen. In Deutschland beschäftigt IBP derzeit unverändert 420 Mitarbeiter; der Umsatz der Vertriebsgesellschaft lag 1998 bei ca. 100 Millionen DM.

### ■ **Mostra**

#### **Italienische Leitmesse im März 2000**

Die nächste Mostra Convegno Expocomfort findet wieder vom 21. bis zum 25. 3. auf dem Mailänder Messegelände Fiera Milano statt. Bei der 32. Veranstaltung wird es mit über 128 000 m<sup>2</sup> Ausstellungsfläche einen neuen Rekord geben. In den Bereichen Sanitär Heizung und Klima wollen die Italiener mit zahlreichen Innovationen aufwarten. Weite-



re Infos gibt es bei der Messgesellschaft; sie können per Fax unter (00 39) 02 48 00 54 50 angefordert werden.

### ■ **Sonnenforum 2000**

#### **Treffpunkt für Solarexperten**

Das Internationale Sonnenforum der Deutschen Gesellschaft für Sonnenenergie e. V. (DGS), das vom 6. bis 7. Juli 2000 in Freiburg zum zwölften Mal stattfindet, gilt bei den Teilnehmern aus Wissenschaft, Industrie, Handwerk und Kommunen als Treff-

punkt kompetenter Fachleute und als Podium für die Veröffentlichung aktueller Ergebnisse. In Plenar- und Kurzvorträgen sowie auf einer Posterausstellung werden aktuelle Forschungsergebnisse und innovative Produkte vorgestellt und diskutiert. Es bildet eine Plattform, um im Jahr 2000 Wissenschaft, Wirtschaft, Politik und Finanzwelt miteinander ins Gespräch zu bringen. Die Schwerpunkte des Sonnenforums sind Solarthermie, Photovoltaik-Systemtechnik, Energiewirtschaft und Solares Bauen. Beiträge für die Solarfachtagung können bis 31. Dezember 1999 bei der DGS eingereicht werden. Anmeldeformulare sind bei der DGS-Geschäftsstelle in München erhältlich. Das 12. Sonnenforum und die 11. Jahrestagung des Forschungsverbands Sonnenenergie (FVS) bilden den wissenschaftlichen Rahmen der Solarimpulse Freiburg 2000.

## Justus Winterservice

Wie schon in den vergangenen Jahren, öffnet die Justus Wärmetechnik GmbH auch jetzt wieder ihre Winterservice-Hotline: Unter (0 18 03) 25 25 16 steht der Technische Dienst des Heizkesselherstellers auch außerhalb der üblichen Geschäftszeiten den Partnern im Fachgroßhandel und den Heizungsfachbetrieben zur Verfügung. Bis einschließlich 30. April 2000 ist die Service-Hotline montags bis freitags von 16.30 bis 20.00 Uhr sowie an Samstagen, Sonn- und Feiertagen von 8.00 bis 20.00 Uhr zu erreichen.

## Hoesch Info-Center in neuem Glanz

Bereits vor zwölf Jahren eröffnete Hoesch sein Info-Center in Düren. Ein aufwendiger Umbau machte damals aus der alten Papiermühle von 1770 ein insgesamt 575 m<sup>2</sup> großes Ausstellungs- und Schulungszentrum. Jetzt wurden die Räumlichkeiten komplett neu gestaltet. Im Erdgeschoß sorgen moderne Lichttechnik und Marmor-Verkleidungen für eine exklusive Atmosphäre. Der Besucher kann in Whirlpools, Whirlwannen und Dampfbädern ein Bad nehmen oder unter den Sonnenbänken des Herstellers entspannen. Größtenteils sind Neuheiten aus-

## Gekauft Britische Baxi-Gruppe übernimmt Brötje

Neue Konzernmutter der Rasteder Brötje-Gruppe wird die britische Baxi Partnership Limited (Preston). Seit 1992 war Brötje eine Tochter des britischen Konzerns Blue Circle Industries PLC. Gemeinsam mit Unternehmen der Heizungstechnik aus Großbritannien, Irland, Frankreich, den Niederlanden und Schweden war Brötje Bestandteil eines europäischen Netzwerkes von Heizungsspezialisten.

Die Blue Circle Heizungsbranche, deren Umsatz Ende 1998 bei 448,5 Millionen Pfund lag, geht jetzt vorbehaltlich der kartellrechtlichen Zustimmung für einen Kaufpreis von 480 Millionen Pfund an die britische Baxi-Gruppe. Baxi ist eines der führenden britischen Unter-

nehmen im Heizungsbereich. Erst vor wenigen Monaten hat die Baxi-Gruppe durch den Kauf der italienischen Ocean-Gruppe auf sich aufmerksam gemacht. Baxi-Chef Bryan Gray kommentierte den Kauf entsprechend: „Unser Ziel ist es, eines der führenden Heizungsunternehmen in Europa zu werden“. Brötje-Geschäftsführer Sven Oscarsson, „Wir freuen uns, daß wir eine Mutter aus der Branche bekommen haben.“

Die Baxi-Gruppe machte 1983 in England von sich reden, als der damalige Eigentümer, Philip Baxendale, seine Firma für den Preis eines Jahreserlöses an die eigenen Mitarbeiter übertrug. Seit diesem Zeitpunkt befindet sich das Unternehmen in deren Hand.

gestellt, die im Frühjahr auf der ISH ihre Premiere hatten. Auf der ersten Etage stellen die Dürener das Wohlfühl-Erlebnis in den Mittelpunkt und präsentieren Produkte wie die Body-swing-Liege, Dampf- und Duschkabinen oder neue Saunen. Gleichzeitig werden Designserien wie die Editionen 1 und 2 von Philippe Starck, Dreamscape von Michael Graves und Happy

D. von Sieger Design gezeigt. Unter dem Motto „Wellness zum Anfassen und Ausprobieren“ sollen Fachhändler, Fachhandwerker, Architekten, Planer und mitunter auch Endabnehmer im neugestalteten Info-Center nicht nur alles über die neuesten Produkte erfahren, sondern können diese auch gleich vor Ort testen. Im mit modernen Lehrmedien ausgestatteten Seminarraum finden darüber hinaus regelmäßig Schulungen für bis zu 40 Teilnehmer statt. Das Angebot geht von Produkt- bis zu Verkaufschulungen und deckt Schwerpunktthemen wie Badgestaltung sowie Wellness ab.

## BSSW Kreativpreis- Wettbewerb

Zum 11. Mal lobt in diesem Jahr der Bundesverband Schwimmbad-, Sauna- und Wassertechnik e. V. (BSSW), die schönsten

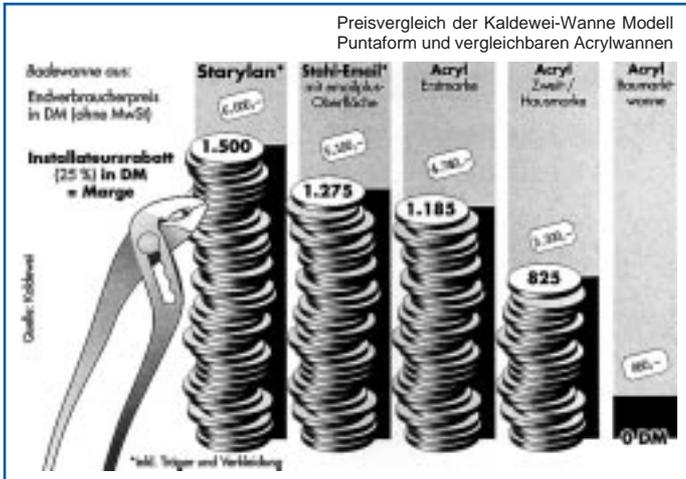
Schwimmbäder und Whirlpools des Jahres 1999 aus. Die Wettbewerbsunterlagen (Fotos, Pläne und Zeichnungen) können bis einschließlich 31. Dezember dieses Jahres der BSSW Geschäftsstelle in Frankfurt zugesandt werden. Zu den allgemeinen Auswahlkriterien, nach denen eine Fachjury die Preisträger ermittelt, gehören u. a. Kreativität, Harmonie und vollendete Integration sowie Individualität der Objekte. Natürlich wird ebenso die gelungene Umsetzung des Freizeitwertes und Schwimmspaßangebotes bewertet.

## Kaldewei Margenverteilung im Wannengeschäft

Der Bade- und Duschwannenmarkt ist von einem gegenläufigen Preistrend gekennzeichnet: Preisstabilität bei Stahl-Emailwannen einerseits – Preisrückgang bei Acrylwannen andererseits. Der Stahlwannenhersteller Kaldewei meldete, daß sich die ehemals hohen Margen auf der Acrylseite nicht mehr halten lassen. Denn durch die geradezu inflationäre Verbreitung der Acrylwanne hätten sich sehr problematische Preisunterschiede in den einzelnen Vertriebsstufen entwickelt. Ein dauerhaft margenstabiles Wannengeschäft garantierte dagegen der Stahl-Email-Bereich. Die Ahlener Stahl-Email-Spezialisten lieferten folgendes Rechenbeispiel mit: Bei einem Installateursrabatt von 25 Prozent liegt die Marge einer Stahl-Email-Badewanne mit schmutzabweisender Emailplus-Oberfläche (Modell Puntaform) bei 1275 Mark und damit bereits um 90 Mark höher als die Marge einer vergleichbaren Erstmarken-Badewanne aus Acryl. Noch bessere Erträge lassen sich mit einer Kaldewei-Wanne aus Starylan erzielen, bei deren Verkauf der Installateur mit einem Rabatt von zirka 1500 Mark rechnen kann, über 300 Mark mehr als bei einer Acrylmarkenwanne. Vergleicht man gar die Marge einer Starylan-Wanne mit der von Acryl-Zweit- oder Hausmarken-Wannen, so werde der Verfall der Margen im



Marketingleiter Werner Arthold, Werbeleiterin Petra Olefs, Geschäftsführer Jochen Drewniok und Schulungsleiter Albert Boshammer (v. l.) im neugestalteten Hoesch-Info-Center



### Installateurrabatte bei Badewannen laut Kaldewei-Aufstellung

Acrylbereich offensichtlich: Die Handelsspanne liege hier gerade noch bei 825 Mark, nur wenig mehr als die Hälfte des Rabatts einer Starylan-Wanne.

### BCG 20jähriges Jubiläum

Mit einem zünftigen Hoffest im Juni wurde mit Kunden und Mitarbeitern das 20jährige Betriebsjubiläum der BCG gefeiert. Der Geschäftsführer Wilhelm Klieboldt kann auf eine ereignisreiche Zeit der Marktbearbeitung zurückblicken. Heute präsentiert sich BCG als Komplettanbieter für die nachträgliche Abdichtung von Heizungs-, Trink-, Abfluß- sowie Gasinnenleitungen. Auch im Jubiläumsjahr 1999 konnten Neuentwicklungen im Trinkwasser-, Heizungs- und Gasbereich vorgestellt werden.

### Hamburg Konsens über Heizen und Lüften

Wie man im Winter heizen und lüften sollte, darüber gibt es jetzt in Hamburg eine einhellige Meinung: Mieter und Vermieter-Verbände haben sich an einen Tisch gesetzt und zehn praktische Tips entwickelt, die nicht nur Energie sparen, sondern auch für ein angenehmes Raumklima sorgen. In der Vergan-

genheit hatten Klagen über Feuchtigkeitsschäden immer wieder zu Auseinandersetzungen geführt, die in einigen Fällen nur durch externe Gutachten beigelegt werden konnten. Den Anstoß, sich auf einen Standard zu einigen, gab jetzt die Initiative Arbeit und Klimaschutz, ein breiter Zusammenschluß der in Hamburg am Bau Beteiligten, dem auch Wohnungsbaugesellschaften und Mieterverbände angehören. Neumieter in Gebäuden der Wohnungsgesellschaften finden in Zukunft ein Schild mit den zehn Tips am Fenster. Interessenten können das Faltblatt „Heizen, Wohlfühlen und Sparen“ über das Umwelttelefon (0 40) 34 35 36 anfordern oder von der Internetseite der Hamburger Umweltbehörde laden ([www.hamburg.de/Klimaschutz](http://www.hamburg.de/Klimaschutz)).



Kundenservice in Form von praktischen Tips zum Heizen und Lüften

## Wupper-Ring Vermarktung über Geschmackswelten

Einen informativen Tagungsauftritt zur traditionellen E/D/E Herbstbörse bot der Wupper-Ring, die Sanitär- und Heizungsgroßhändler im E/D/E, am 15. September seinen Mitgliedsunternehmen. Rund 200 Vertreter der angeschlossenen Fachgroßhändler nahmen an der Veranstaltung im Kölner Maritim teil. Unter dem Thema „Markenchancen“ wurden Vermarktungsideen und Produktneuheiten aus den Bereichen Sanitär und Heizung präsentiert. Mit Wendelin von Boch, Prof. Dr. Sabine Theis-Krömer, Gerd Marx und Björn Stüwe lud der Wupper-Ring vier kompetente Referenten aus Praxis und Wissenschaft ein, die dem Auditorium am Nachmittag anregende Antworten auf die Frage gaben: „Wohin geht die Sanitärbranche im 21. Jahrhundert?“. Moderiert von Nikolaus Klein lieferten sich die Branchenkenner im Anschluß an ihre Vorträge eine anregende Podiumsdiskussion.



**Roy-Patrick Reale vom Wupper-Ring stellte das neue Magazin „Bäder für die Sinne“ vor**

Im Mittelpunkt der Marketinginstrumente stand ein neues 24seitiges Magazin mit dem Titel „Bäder für die Sinne“. Diese Broschüre zeigt Ideen und Anregungen für individuelle Badlösungen und dient den Fachgroßhändlern zur Kundenbin-

dung und vor allem auch Neukundengewinnung. Die Ansprüche der Kunden machen es klar: Das Bad ist heute weit mehr als nur der Ort für die tägliche Körperpflege. Nicht die reine Zweckmäßigkeit einer Naßzelle bestimmt die Gestaltung, sondern der Wunsch, auch das Bad dem eigenen Geschmack und dem eigenen Wohnstil anzupassen.

## Comap Fünzigster Geburtstag

Die 50jährige Historie des französischen Fittings- und Armaturenherstellers Comap reicht zurück in die 20er Jahre. Damals produzierte die Firma SAJ (So-



**Im Heizungswerk in Abbeville, Frankreich, produziert die 1949 gegründete Firma Comap auf einer Fläche von 30 000 m<sup>2</sup>**

ciété des Appareils à Jet) Lötfitings in großen Abmessungen für die französische Marine. Das Programm wurde unter der Marke „Sudo“ weiterentwickelt und ab 1940 von der speziell dafür gegründeten Firma Comet vertrieben. 1949 wurde Comet in Comap umbenannt. Ende der 60er Jahre übernahm Pont-a-Mousson das Unternehmen, um es 1986 an die Groupe Legris

Industries zu verkaufen. Auch heute ist Comap (Hauptsitz ist Lyon) noch Teil dieses Konzerns, der jährlich ca. 574 Mio. Euro umsetzt. Comap selbst präsentiert sich im Jubiläumsjahr mit einem Umsatz von umgerechnet ca. 300 Mio. DM. 93 % davon werden in Europa erwirtschaftet und davon 34 % in Frankreich. Gut 1100 Mitarbeiter sind in 18 Filialen und 8 Werken weltweit beschäftigt. Hauptumsatzträger sind mit 36 % Löt- und Gewindefittings aus Kupfer und Rotguß (Marke „Sudo“), mit 28 % Heizungsarmaturen (Marken z. B. „SAR“ und „Jevco“) und mit einem Anteil von 21 % Gasarmaturen. In Deutschland werden die Produkte von Co-

map-Deutschland, mit Sitz in Mörfelden-Walldorf (Frankfurt/M.), über den traditionellen Vertriebsweg geliefert. Beschäftigt werden an diesem Standort zur Zeit 30 Mitarbeiter. 1999 erwartet das Unternehmen einen Umsatz von etwa 35 Mio. DM.



**Michael Schatz und seine tennisbegeisterten Fachpartner mit Spitzenspielern des TC Amberg**

## Elco Klöckner Energieleistungen auch beim Tennis

Welcher Hobby-Tenniscrack hat nicht schon einmal davon geträumt, gegen Spitzenspieler anzutreten, die zu den „Top 100“ der Welt gehören? Möglich machte dies die Nürnberger Niederlassung von Elco Klöckner. Niederlassungsleiter Michael Schatz, der sich selbst als begeisterter Anhänger des „Weißen Sports“ bezeichnet, nutzte seine Kontakte zum sechsfachen Deutschen Mannschaftsmeister „TC Amberg am Schanzl“ und lud seine sportbegeisterten Kunden zum Abschluß der Sommersaison zum „gemischten Doppel“ ein. 14 Heizungsprofis nahmen die Herausforderung an. Seite an Seite mit Davis-Cup-Spieler David Prinosil sowie den Bundesliga-Assen Tomas Carbonell, Thomas Gollwitzer und Markus Wislperger bewiesen sie, daß sie auch auf „roter Asche“ zu beeindruckenden Energieleistungen fähig sind. Trotz großer Hitze wurde um jeden Punkt gekämpft, lange Ballwechsel waren die Folge.

Das nächste Großereignis steht unmittelbar bevor. Wenn alles nach Plan verläuft, wird man noch dieses Jahr das neue Firmengebäude der Niederlassung mit einem „Tag der offenen Tür“ einweihen. Der Umzug nach Leinburg, östlich von Nürnberg, ist bereits weitestgehend erfolgt. Zum neuen Domizil mit knapp 900 m<sup>2</sup> Nutzfläche gehören neben einem modernen Verwaltungstrakt ein großzügiges Schulungs- und Ausstellungscenter sowie ein umfassendes Lager.

### ■ **GEA Happel** **Türkeihilfe fortgesetzt**

Nach der ersten Hilfsaktion zugunsten der Erdbebenopfer in der Türkei durch GEA Happel war der Kindergarten Herne auf die Möglichkeit aufmerksam geworden, Material über das Unternehmen an den türkischen

Vertriebspartner Isisan nach Istanbul schaffen zu können. So kamen von Gehhilfen über Einwegpapieren, Spielzeugen, Hygieneartikeln und Bekleidung rund 20 Kisten und Säcke zusammen. Anschließend wurden weitere Spenden aus dem Unternehmen gepackt und der Weg Richtung Türkei angetreten.



### ■ **HaZweiOh** **Neue Seminare**

**Badverkäufer:** Mit einer Besonderheit wartet erneut der Seminalender Herbst/Winter von HaZweiOh auf. Badverkäufer/innen können sich in zwei getrennten Ausbildungen fit für den Badverkauf machen. In der Stufe 1 Basisausbildung Badverkauf werden praxisnah und lebendig die Verkaufstechniken trainiert. Besonderen Raum nimmt die Abschlußtechnik ein. Die Stufe 2 Abschlußausbildung Badverkauf baut direkt auf die Basisausbildung auf. Ein Schwerpunkt dabei: die professionelle Präsentation. In praxisnahen Bausteinen wird das erforderliche Know-how zum erfolgreichen Badverkauf erarbeitet. Die praktische Abschlußprüfung schließt die Badverkäufer-Ausbildung ab.

**Monteurtraining:** Monteure mit Kundenkontakt haben herausra-

gende Auftragschancen für neue Bäder. Weil die Nachfrage nach Monteurtrainings so groß ist, hat HaZweiOh einen Zusatztermin am 3. Dezember 1999 in Nürnberg eingeschoben. Das Praxisseminar „Verkaufschancen für den aktiven Monteur“ will Monteure sensibilisieren und motivieren, Auftragschancen zu erkennen und zu nutzen. Die Besonderheit des Trainings: HaZweiOh lädt zum Training sowohl Monteure als auch Chefs ein. In der Trainingsarbeit wird so die angestrebte Allianz Monteur/Chef am schnellsten erreicht. Ein spezieller Leitfaden für Chefs unterstützt die Preisumsetzung.

**Badgestalter:** Die Basisausbildung Badgestalter ist jetzt erstmals im 4-Tage-Block möglich. Die Ausbildung bietet so in Kompaktform die Chance, modernes Gestaltungs-Know-how in kurzer Zeit aufzubauen und umzusetzen. HaZweiOh macht



**Die Terminübersicht kann bei HaZweiOh angefordert werden**

mit dieser neuen Brancheninnovation Bäderbauer für den harten Wettbewerb fit.

In einer besonders praxisnahen Workshopform wird gezielt und methodisch das Können zum Badgestalter vermittelt. Die Ausbildung ist sowohl für Einsteiger als auch für Fortgeschrittene konzipiert. Es sind keine Vorkenntnisse erforderlich. Die Kompaktausbildung findet vom 8.–11. Dezember in Würzburg statt. Weitere Infos und Termine auf Anfrage unter Telefon (08 21) 3 49 44 07, Fax (08 21) 3 49 44 75 oder im Internet unter [www.hazweiOh.com](http://www.hazweiOh.com).

### ■ **Fernstudium Startschuß für 5. Fernlehrgang**

Die von den Markenstellern Duscholux, Geberit, Grohe und Keramag getragene Fachakademie Sanitär startet zum 25. November 1999 die 5. Runde ihres sechsmonatigen, staatlich geprüften Fernstudienganges „Marketchancen nutzen im Sanitär-Handwerk“. In vier Lehrbriefen können Inhaber und Mitarbeiter von Installationsfirmen eine auf ihr Arbeitsumfeld zugeschnittene Fortbildung in puncto Angebots- und Preisgestaltung, Serviceleistungen im Sanitär-Handwerk sowie kundenorientierte Beratung und Verkauf absolvieren. Bisher gab es insgesamt 1500 Anmeldungen. Die flexible Einteilung der Studienzeit und des Lerntempos, keine Arbeitszeitverluste und geringer Organisationsaufwand sind Pluspunkte, die die Teilnehmer aus

dem Handwerk zu schätzen wissen. Die Kosten pro Teilnehmer betragen 295 DM. Weitere Informationen und Anmeldeunterlagen können direkt bei der Fachakademie, Telefon (0 21 51) 5 85 50, Fax (0 21 51) 58 55 28, angefordert werden.

### ■ **Junkers Symposium Dialog Thermotechnik**

Die Zukunft kommt – und sie bringt neue Techniken, die Arbeitswelt und Kundenbeziehungen erheblich verändern werden. Das Fazit zogen, so stand es zumindest in der Pressemitteilung, mehr als 450 Teilnehmer aus Handel, Handwerk und Verbänden am Ende des fünften Junkers-Symposiums „Dialog Thermotechnik“ am 20. September in Hamburg. Welche Techniken sich wohl durchsetzen werden, ist angesichts des Tempos des

technologischen Wandels fraglich. Daraus den Schluß zu ziehen, man müsse jede scheinbar moderne technische Errungenschaft unbesehen in das eigene unternehmerische Tun übernehmen, sei allerdings falsch. Sicher scheine aber, daß bei der Bewältigung der Zukunft diejenigen zu den Siegern zählen werden, die besser mit dem Wandel umgehen können als ihre Mitbewerber. Und deshalb sei die intensive Auseinandersetzung mit moderner Technik ein entscheidendes Kriterium für den unternehmerischen Erfolg im neuen Jahrhundert. Unter dem Titel „Techniken für das Leben im 21. Jahrhundert“ hatte Junkers zu seinem alljährlichen Branchentreffen eingeladen. Referenten aus Wissenschaft und Forschung, Wirtschaft sowie ein renommierter Zukunftsforscher stellten ihre Thesen und Beobachtungen für den Weg ins nächste Jahrtausend vor.