

■ **Grünes Licht** **Sanitec kauft Sphinx**

Die EG-Kommission hat der finnischen Sanitec Limited Oy grünes Licht für den Kauf der holländischen N.V. Koninklijke Sphinx Gustavsberg gegeben. Damit dürfte der Deal nun perfekt sein. Vorangegangen war ein offizielles Angebot von rund 120 Millionen Euro, das Sanitec am 3. Juni 99 für 100 % der Sphinx- Unternehmensanteile machte und das vom Vorstand und Aufsichtsrat von Sphinx mitgetragen wird. Die neu entstandene Gruppe, zu der auch Keramag, Koralle, Gustavsberg-Armaturen, Allia, Scandispa, Evac und Pozzi-Ginori gehören, soll mit 8850 Mitarbeitern und einem 1998er Gesamtumsatz von über 850 Millionen Euro eine führende Rolle auf dem europäischen Sanitärmarkt einnehmen.

■ **Vaillant** **Göransson Nachfolger von Johannsen-Roth**

Dieter Johannsen-Roth, Geschäftsführer der Vaillant GmbH, wechselt zum Jahresende in den Ruhestand. Seit 1989 in der Vaillant-Geschäfts-



führung für Finanzen verantwortlich, hat der jetzt knapp Zweiundsechzigjährige am internationalen Ausbau maßgeblich mitgewirkt. Zum neuen Finanzchef hat der Gesellschafter-Ausschuß Claes Göransson (Foto) berufen. Der 46 Jahre alte Schwede ist seit Juni 1994 Finanzvorstand der Ford-Werke AG in Köln. Seit insgesamt 22 Jahren für Ford tätig, hatte er zuvor in mehreren europäischen Ländern Aufgaben im Finanzbereich von Ford of Europe wahrgenommen. In der neuen Zusammensetzung mit dem gebürtigen Franzosen Dr. Michel Brosset (Vertrieb), dem Schweden Claes Göransson (Finanzen) und Manfred Ahle (Entwicklung, Produkte, Produktion), der mehrere Jahre in den USA tätig war, spiegelt auch die Vaillant-Geschäftsführung diese Internationalität wider.

■ **Gestorben** **Herbert Dehoust**

Am 17. 11. 1999 starb Herbert Dehoust in seinem 80. Lebensjahr. Er war Mitbegründer der Firma Breuner & Dehoust GmbH, Groß- und Einzelhandel für Herde, Öfen und Eisenwaren. 1958 übernahm er zusammen mit seiner Frau Ilse die Mila Metallwerke in Leimen und legte dort den Grundstein für das Unternehmen Dehoust GmbH, das heute an drei Standorten Lagerbehälter der unterschiedlichsten Art aus Stahl und Kunststoffen fertigt. Herbert Dehoust hat die Entwicklung der sicheren Heizöltanks aus Stahl und später aus Kunststoffen entscheidend mit beeinflusst.

■ **Ideal Standard** **Semnet kommt**

Wolfgang Semnet (48) wechselt zum 1. März nächsten Jahres in die Chefetage von Ideal Standard. Als Marketing- und Vertriebsdirektor wird er für alle drei Unternehmensbereiche Armaturen, Keramik und Acryl verantwortlich sein. Semnet ist direkt Ideal Standard-Chef Wolfram Wenzel unterstellt.

Wenzel: „Wir freuen uns auf die Zusammenarbeit mit Semnet. Er paßt hervorragend zu uns!“.

Den zukünftigen Job von Semnet machte bislang Achim Zimmer. Zimmer konzentriert sich demnächst bei Ideal Standard auf den Bereich Marketing und betreut weiterhin einige Großkunden. Im Team bleibt auch Otto Stegen, der als Vertriebsleiter für den Außendienst verantwortlich zeichnet. Die Vertriebsmannschaft kompletieren



Gerhard Scholz und Dieter Baumert, wobei Scholz im nächsten Jahr in den Ruhestand wechselt. Semnet stand über 14 Jahre als Geschäftsleiter Marketing und Vertrieb bei der Mendener Armaturenschmiede Kludi im Lohn. Am 23. August erhielt er dort die fristlose Kündigung.

■ **Sanitärarmaturen** **Auslandsplus kompensiert Inlandsminus**

Während das Inlandsgeschäft weiter das Sorgenkind der Sanitärarmaturenindustrie bleibt, zeigt sich der Export nach wie vor in relativ guter Verfassung. Hinter der Gesamtbilanz verbirgt sich nach den Worten von Andreas Dornbracht aber eine „weiter geöffnete Schere“ zwischen Inlands- und Auslandsgeschäft. Dabei hebt der AGSI-

Vorsitzende einen um 2,9 % (1. Halbjahr) bzw. 5,8 % (3. Quartal) reduzierten Stückabsatz auf dem heimischen Markt hervor. Ähnlich unbefriedigend war die Umsatzentwicklung. Erst im 3. Quartal konnte das Vorjahresniveau wieder erreicht werden. Die stetige Besserungstendenz bei den Verkaufserlösen im bisherigen Jahresverlauf sei indes ein „konkreter Hoffnungsschimmer“.

Konstant kräftige Zuwachsraten von 5–6 % prägen dagegen das Bild bei den Auslandsumsätzen. Dornbracht: „Erstmals in unserer Geschichte übertrafen die per Ende Juni 1999 auf 9,62 Mio. Stück erhöhten Ausfuhren die auf 9,37 Mio. Stück verringerten Inlandsverkäufe“.

■ **Raychem HTS** **Selbständige Firma der Tyco-Gruppe**

Im vergangenen Sommer ist Raychem durch die Tyco International Ltd., einem weltweit führenden Industrie- und Dienstleistungsunternehmen, übernommen worden. Während einzelne Betriebszweige der ehemaligen Raychem in bestehende Unternehmen der Tyco integriert wurden, ist für den Bereich Industrie- und Bautechnik mit Raychem HTS eine neue, selbständige Firma gegründet worden. Im Rahmen der Konzernstruktur von Tyco International Ltd. gehört die Raychem HTS der Tyco Flow Control Group an. Die neue Firma setzt im Bereich Temperaturhalte- und Frostsysteme die erfolgreiche Tätigkeit der ehemaligen Raychem fort. Weitere Informationen gibt es im Internet unter www.raychem.com.

■ **Durchbruch** **Weg für Solarstrom freigemacht**

Die Solarverbände BSE, DFS und DGS erwarten im kommenden Jahr den Durchbruch für die Stromerzeugung mit Sonnenenergie. Grund ist die Entscheidung der Koalitionsrunde vom Montag, die Vergütung auf 99

Pfennig pro eingespeiste Kilowattstunde Solarstrom anzuheben. Die Regierung hat nach Ansicht der führenden Solarverbände an der Schwelle zum Jahrtausendwechsel einen wichtigen Grundstein für den Umbau der Stromversorgung gelegt.

Anfang des Jahres hatte die Bundesregierung mit dem 100 000 Dächer-Solarstrom-Programm die Basis für die Markteinführung der Solarstromtechnik gelegt. Trotz eines Wachstums von 40 % bei der Installation von Photovoltaikanlagen in diesem Jahr wird das Programm jedoch nicht als attraktiv genug eingeschätzt. „Erst mit der erhöhten Vergütung von 99 P/kWh wird der Durchbruch bei der Markteinführung der Photovoltaik erreicht“, ist sich Gerhard Stry-Hipp, Geschäftsführer des Branchenverbandes DFS sicher.

■ SHK-Branche Trendbefragung 2000

Das Hamburger Marketing Management Team, Telefon (0 40) 35 71 31 37, www.mmt-hamburg.de, beschäftigt sich seit Jahren intensiv mit aktuellen Marketingthemen für Handwerk, Handel und die Industrie „Rund ums Haus“. Für die Trendbefragung 2000 wurden insgesamt 1460 Handwerksbetriebe aus dem Postleitzahlengebiet 2 angeschrieben. Die Rücklaufquote betrug 9 %. Nachfolgend einige Ergebnisse aus der SHK-Branche:

● **Geschäftsentwicklung:** Mit der derzeitigen Geschäftsentwicklung sind 2,94 % der befragten SHK-Betrieben sehr zufrieden und 44,12 % zufrieden. Allerdings sind über die Hälfte (52,94 %) mit ihrer Geschäftsentwicklung überhaupt nicht zufrieden.

● **Marktentwicklung:** Nur 20,59 % der Befragten glauben, daß die Marktentwicklung besser wird. 35,29 % denken, daß die Marktentwicklung gleich bleibt und 44,12 % sind sich sicher, daß sie sich die Lage verschlechtern wird.

● **EDV:** 76,47 % aller SHK-Betriebe haben ihre EDV-Anlagen auf die „2000-Problematik (Y2K)“ hin überprüft. 70,59 % haben bereits die Umstellung auf den Euro vorbereitet.

● **Internet:** 52,94 % der befragten SHK-Betriebe gaben an, bereits mit einer eigenen www.Domain im Internet präsent zu sein. 35,29 % der anderen SHK-Betriebe sind definitiv noch nicht so weit. 8,82 % sind dabei und 2,94% konnten keine Antwort auf die Frage geben.

● **Werbebudget:** 58,82 % der SHK-Betriebe investieren weniger als 2 % vom Umsatz für Werbeaktivitäten pro Jahr. 29,41 % geben zwischen 2 und 4 % vom Umsatz für Werbeaktivitäten pro Jahr aus und 11,76 % mehr als 4 % pro Jahr.

● **Aus- und Weiterbildung:** 35,29 % der befragten SHK-Betriebe gaben an, weniger als 2 Seminare, 47,06 % zwischen 2 und 4 Seminare und 17,65 % mehr als 4 Seminare pro Jahr zu besuchen.

● **Entlohnung:** In 50 % der SHK-Betriebe erhalten die Mitarbeiter leistungsbezogene Provisionen oder Prämien.

● **Kundendatenbank:** 47,06 % der befragten SHK-Betriebsinhaber gaben an, über eine Kundendatenbank mit Potential- und Marktdaten zu verfügen.

Die Ergebnisse der Trendbefragung in der SHK-Branche für das Jahr 2000 stimmen das Marketing Management Team nachdenklich: Über die Hälfte der Betriebe sind mit ihrer derzeitigen Geschäftsentwicklung nicht zufrieden. Auch das Stimmungsbarometer für die zukünftige Marktentwicklung steht auf Sturm, da sich 44,12 % der Befragten sicher sind, daß sich die Marktentwicklung verschlechtern wird.

■ Rottweil

Gebäudeenergieberater

Eine Aufstiegsfortbildung mit Vermittlung branchenübergreifender Kenntnisse bietet die Gewerbe-Akademie Rottweil (Einrichtung der Handwerkskammer Konstanz) mit dem Lehrgang „Gebäudeenergieberater im Handwerk“. Durch diesen Lehrgang werden qualifizierte Handwerksmeister aus einschlägigen Bau- und Ausbauhandwerken (Installateure und Heizungsbauer, etc.) sowie Architekten und Bauingenieure auf die Anforderungen der energetischen Sanierung des Gebäudebestands vorbereitet, wie sie nach der anstehenden Energieeinsparverordnung (EnEV) zu erwarten sind. Der Kurs soll die Teilnehmer in die Lage versetzen, eine energetische Gesamtbetrachtung für Wohn- und gewerbliche Gebäude unter bauphysikalischen, umweltrechtlichen und wirtschaftlichen Gesichtspunkten durchzuführen. Damit werden sie zu einer branchenübergreifenden Energieberatung befähigt, was zusätzliche Marktfelder eröffnet. Der Lehrgang umfaßt 250 Unterrichtsstunden und findet in Teilzeit statt; Beginn ist Ende Januar 2000. Nach bestandener Prüfung vor der Handwerkskammer Konstanz ist der Teilnehmer berechtigt, den Titel „Gebäudeenergieberater im Handwerk“ zu führen. Weitere Infos gibt es unter Telefon (07 41) 5 33 70, Telefax (07 41) 53 37 37 oder eMail: garw@hwk-konstanz.de.

■ Fraunhofer ISE

Verbesserung hocheffizienter Solarzellen

Für seine Diplomarbeit über die Untersuchung eines wirkungsgradreduzierenden Defekts in Czochralski-Silicium-Solarzellen

erhielt Stefan Rein, Doktorand am Fraunhofer ISE, den mit 3000 DM dotierten Gustav-Miepreis der Fakultät für Physik der Albert-Ludwigs-Universität, Freiburg. Für Solarzellen ist monokristallines, mit dem Czochralski-Ziehverfahren hergestelltes Silicium das führende Ausgangsmaterial. 1998 hatte es einen Anteil von 40 % an der Solarzellenproduktion, dicht gefolgt von multikristallinem Silicium. Durch die Beseitigung des metastabilen Defekts kann bei gleichzeitiger Erhöhung der Trägerlebensdauer eine Verbesserung des Wirkungsgrades von hocheffizienten Solarzellen um 8 und von marktüblichen Industriezellen um 5 % relativ erreicht werden. Aufbauend auf Reins analytischer Arbeit entwickeln die Forscher des Fraunhofer ISE jetzt Lösungen zur Vermeidung dieses Defekts. Für die Präsentation der dabei erzielten Ergebnisse – den Ersatz des Dotierstoffes Bor durch Gallium oder die Veränderung der Hochtemperaturschritte in der Prozeßtechnologie – wurde Dr. Stefan Glunz, Leiter der Gruppe

■ SBZ

In eigener Sache

Bereits seit über einem Jahrzehnt betreut Sylvia Joos die SBZ-Inserenten. Mit viel persönlichem Engagement hat sie sich für „Ihre“ Kunden eingesetzt. Zu vielen ihrer Ansprechpartner aus Agentur- und Industrieszene hat sich im Laufe der Zeit ein freundschaftliches Verhältnis entwickelt. Deshalb kommt der Abschied vom aktiven Arbeitsleben denn auch nicht ganz ohne Wehmut. Doch die Pläne für den „Unruhestand“ sind schon geschmiedet. Für einen nahtlosen Übergang der Inserentenbetreuung sorgt Carmen Welte, die sich bisher um andere Verlagsobjekte verdient gemacht hat. Unter der Telefon-Nummer (07 11) 6 36 72-28 heißt es nun: „Welte – Gentner Verlag, guten Tag, was kann ich für Sie tun?“



Wohlverdienter Ruhestand:
Sylvia Joos (r.) –
Betreut
jetzt die SBZ-Inserenten:
Carmen Welte

Technologie hocheffizienter Solarzellen, anlässlich der 11. International Photovoltaics Science and Engineering Conference in Sapporo, Japan, ein Special Paper Award überreicht.

■ DVGW/BGW

Gasfachliche Aussprachetagung

Am 9. und 10. November fand im Kongreßzentrum der Messe Erfurt die GAT (Gasfachliche Aussprachetagung) '99 statt. Rund 1400 Teilnehmer, vorwiegend aus dem Bereich Gasversorgung, nahmen an dieser Veranstaltung teil, auf der 27 Fachvorträge gehalten wurden. Einige davon waren auch für das Installateur- und Heizungsbauer-Handwerk interessant. Hier

unter besonders die über die Sicherheit von Gasanlagen gegen Manipulationen sowie die Erfahrungen mit Kunststoffverbundrohren in Hausgasanlagen. Bezüglich Manipulationssicherheit ist damit zu rechnen, daß der Einbau von Gasströmungswächtern und Gas-Sicherheitsstopfen für Neuanlagen bzw. wesentliche Umbauten in den Anfang kommenden Jahres neu erscheinenden Technischen Regeln für Gasinstallationen (TRGI) vorgeschrieben wird. Außerdem wurde eine regelmäßige Wartung von Hausgasanlagen gefordert. In Anbetracht des Verhältnisses der Gasverbrauchskosten zu den Wartungskosten wird jedoch ein längerer Wartungszyklus als derzeit vorgesehen angestrebt.

■ Permatrade

Mehr Service für Profi-Partner

Ein siebenköpfiges Team unter Führung von Dietmar Herrmann widmet sich künftig der Betreuung der Permatrade-Profi-Partner. Mit Marktuntersuchungen und Instrumenten zur Kundenakquisition wird die im vergangenen Jahr ins Leben gerufene „Petri-Heil“-Initiative ausgebaut. Rund 550 Sanitär-Installationsbetriebe nutzen inzwischen die Angebote des Leonberger Unternehmens.

■ Eisen-Fischer 125jähriges Jubiläum

Im Oktober feierte die Firma Eisen-Fischer in Nördlingen ihr 125jähriges Betriebsjubiläum. Mit den Warengruppen Sanitär, Heizung, Stahl, ebenso wie Eisenwaren, Werkzeuge, Bauelemente, Küchen und Hausrat ist Eisen-Fischer der führende Produktionsverbindungshändler und Einzelhändler in Nordschwaben. 350 Mitarbeiter sind in Büro, Lager, Vertrieb und Dienstleistung beschäftigt. Mehr als 80 % des Umsatzes werden mit Handwerkern und Gewerbetrieben getätigt. Zur Firmengruppe gehören noch die Fischer Bad & Bau in Heidenheim und Eisen Seegerer in Crailsheim. Beides sind rechtlich selbständige Unternehmen, die insbesondere die Zielgruppen Installationsgewerbe, Stahlverarbeiter und Baugewerbe bedienen.

■ Hüppe Ersatzteilservice verbessert

Im Oktober 1999 begann Hüppe mit der Einführung eines beschleunigten Ersatzteilbestellservices. Bestellt wird vom Handwerker direkt bei Hüppe. Das spart Zeit und minimiert das Risiko einer Fehlbestellung. Geliefert und berechnet wird weiterhin über den Fachgroßhandel. Basis des Systems ist die sogenannte Identnummer, die sich auf allen Produkten befindet und als Code Auskunft darüber gibt, um welches Produkt in welcher Ausführung und auch aus welchem Baujahr es sich handelt. Neu ist, daß die Identnummer jetzt gemeinsam von Kunde und Installateur auf ein direkt mitgeliefertes Ersatzteilblatt eingetragen wird, das zusammen mit den



Hüppe-Marketingleiter Ewald Kunsch: 97 % der Ersatzteile sind innerhalb einer Woche beim Besteller

Garantieunterlagen vom Verbraucher aufbewahrt wird. Ziel dieser Systematik ist es, so der Bad Zwischenahner Hersteller, die Abwicklung der 10jährigen Nachkaufgarantie die Hüppe für alle Produkte und Komponenten gibt, sicher und transparent zu machen. Rund 40 000 Bestellungen für Ersatzteile und Zusatzausstattungen werden pro Jahr bei Hüppe abgewickelt. 97 % aller Ersatzteile sind laut Herstellerstatistik innerhalb einer Woche beim Besteller.

■ Ideal Standard Bringt Oberflächenbeschichtung Idealplus

Noch in diesem Jahr liefert Ideal Standard Keramik mit der auf Nanotechnologie basierende Oberflächenbeschichtung Idealplus in den deutschen Markt. Dabei kommt ein vom Technologiekonzern 3M entwickeltes Verfahren zur Anwendung, bei dem die Teile bei einer Temperatur von über 200 °C noch einmal beschichtet werden. Ideal Standard gibt bei Einhaltung der Pflegehinweise und normaler

Nutzung 5 Jahre Garantie und rechnet mit einer Haltbarkeit von ca. 20 Jahren. Die Funktionsweise erklärt das Bonner Unternehmen wie folgt: „Durch die Beschichtung entsteht eine niedrige Oberflächenenergie, so daß Schmutz und Kalk keine Haftungsgrundlage finden. Daher ziehen sich Flüssigkeiten zu größeren Tropfen zusammen. Die fließen leichter ab und nehmen alle gelösten Rückstände zuverlässig mit.“ Unabhängig von Modell und Größe beträgt der Preis 84,- DM je beschichtetem Teil. Beim TÜV hat Ideal Standard sich die Eigenschaften schmutzabweisend, reinigungsfreundlich, langlebig und farbneutral mittlerweile bestätigen lassen.

■ 25 Jahre Purmo AG, Hannover

Ende Oktober beging die Purmo AG ihr 25jähriges Bestehen. Das dem finnischen Mischkonzern angehörige Unternehmen produziert Kompaktheizkörper und Fußbodenheizungen und blickt auf eine erfolgreiche Tätigkeit zurück. Die Purmo AG gehört dem größten Konzernbereich Rettig Heating Group an, der mit fünf Heizkörper-Produktionswerken in Finnland, Irland, Belgien, Deutschland und Polen vertreten ist. 1998 konnte ein Umsatz von 460 Mio. DM realisiert werden. Weitere Bereiche sind die Aluminiumindustrie, die Schifffahrt, die Brauerei- und Getränkeindustrie sowie der Investmentbereich. In Purmo, einem kleinen Ort in der Nähe von Jakobstad/Finnland, wo die Notwendigkeit einer technisch effizienten Heizung ein elementares Bedürfnis darstellt, liefen vor rund 35 Jahren die ersten Heizkörper vom Band. Als die Finnen, die bereits zuvor sporadisch den deutschen Markt belieferten, 1974 einen festen Vertriebspart-

ner suchten, ahnten sie nicht, daß Deutschland binnen weniger Jahre zu einem wichtigen Standbein der Rettig Heating Group werden würde.

■ Handwerksgesellen 22,35 DM ist der Durchschnittslohn

Wie das Statistische Bundesamt mitteilt, verdienen die Gesellen im deutschen Handwerk im Mai 1999 durchschnittlich 22,35 DM je Stunde; das waren 1,9 % mehr als im Mai 1998. Auf den höchsten Stundenverdienst kamen die Maler und Lackierer mit 23,32 DM, gefolgt von den Gesellen im Gas- und Wasserinstallateurgewerbe mit 23,06 DM. Am wenigsten verdienten die Bäcker mit 20,26 DM, denen zugleich mit 40,5 Stunden die längste Wochenarbeitszeit bezahlt wurde. Das war rund eine Stunde mehr als im Durchschnitt (39,4 Std.). Im früheren Bundesgebiet erreichte der durchschnittliche Bruttostundenverdienst der Handwerksgesellen 24,15 DM bei einer Wochenarbeitszeit von 39,2 bezahlten Stunden. In den neuen Ländern und Berlin-Ost kamen die Handwerksgesellen auf 16,47 DM und damit auf 68 % der Westverdienste bei durchschnittlich 40,4 bezahlten Wochenarbeitsstunden.

■ Josten Verabschiedet sich als Baumarkt-Lieferant

„Die Luft wird dünner, die Margen sind nicht mehr auskömmlich“. Hugo Petersmann, Geschäftsführer der Neusser Josten Sanitärprodukte GmbH, zieht zum Jahresende einen Schlußstrich als Baumarkt-Lieferant. Per Kundenrundsreiben vom 28. Oktober teilte das Unternehmen mit, daß es sich aus allen Baumarktaktivitäten zurückzieht und das Geschäft komplett auflöst.

Josten ist ein Familienunternehmen mit 170jähriger Tradition. Es betreibt sowohl Groß- als

Leserbriefe,

Meinungen, Kommentare zu Beiträgen bitte möglichst per eMail oder Telefax an die SBZ-Redaktion

eMail sbz@shk.de
Telefax (07 11) 63 67 27 43

oder per Post:
Gentner Verlag Stuttgart,
SBZ-Redaktion,
Forststr. 131, 70193 Stuttgart

auch Einzelhandel in der SHK-Branche, hat eine große Badausstellung und ein Gartencenter. Seit rund 15 Jahren beliefert Josten auch Baumärkte über die Tochter Sanitärprodukte GmbH. Ein Gemischtwarenladen, der Mitglied im DGH ist und der Einkaufskooperation UHT angehört. Doch nicht die strengen Gralshüter der Dreistufigkeit trieben Josten aus dem Baumarkt, sondern allein wirtschaftliche Zwänge. „Wir haben immer mit offenen Karten gespielt“, so Petersmann, „unsere Aktivitäten im Baumarkt wurden akzeptiert. Bis auf Praktiker und Globus belieferten wir sämtliche Baumärkte“. Doch die Trauben hängen auch im DIY-Geschäft immer höher. Die Konzentration in diesem Bereich führt zu einem Preisdruck, der bei gleichzeitig erheblich gestiegenen Serviceanforderungen nicht mehr rentabel ist. Zumindest für ein Unternehmen in der Größenordnung von Josten. Die Unternehmensaktivitäten Groß- und Einzelhandel sind durch diese Geschäftsaufgabe nicht tangiert.

■ Hansgrohe

Zenio: Beerdigung dritter Klasse

Mit ihren Zenio-Aktivitäten hatte sich die Hansgrohe AG im Verlauf dieses Sommers mächtig ins Zeug gelegt. So wurden kurzerhand die Handwerker des I-Club vor den Karren gespannt und eine vorformulierte Schiltacher Resolution verabschiedet. Dies sollte letztlich die Plazierung der Zweitmarke Zenio im Baumarkt und die Focussierung der Hansgrohe-Produkte im klassischen Vertriebsweg zur Folge haben. „Wir fügen uns den Wünschen der Handwerker, die letztlich unsere Produkte verkaufen“, hieß es noch vor einem halben Jahr in einem SBZ-Interview.

Doch offensichtlich haben die Schiltacher die Rechnung ohne den Wirt gemacht. Auf Drängen des Großhandels wurde das Zweitmarkenkonzept – unmittelbar vor der

Mitgliederversammlung des DG-Haustechnik Ende Oktober – gekippt. Wie schwer diese Entscheidung gefallen ist, zeigt daß Hansgrohe nach dieser großen Offensive im Sommer jetzt lediglich eine lapidare 8-Zeilen-Pressemittteilung mit fast vierwöchiger Verspätung herausgegeben hat.

Offensichtlich will man die Aktion möglichst schnell vergessen machen. Deshalb wurde wohl auch ein Interviewwunsch der SBZ-Redaktion abschlägig beschieden. Will die Geschäftsleitung um Otto Schinle ihre strategischen Fehler unter den Tisch kehren? So wurde der Öffentlichkeit noch im Sommer 1999 suggeriert, daß sich 80 % der Großhändler in einer Umfrage für die Plazierung der Zweitmarke Zenio im Baumarkt ausgesprochen haben. Doch

dies stimmt so nicht. SBZ-Recherchen haben ergeben, daß weder die Geschäftsführungen der großen Haushälter noch die der Großhandelsgruppierungen für das Zenio-Projekt votiert haben.

Um die SBZ-Leser besser informieren zu können, hätten wir diese und viele andere Punkte gern in einem persönlichen Gespräch näher erläutert. Aber Geschäftsführer Otto Schinle lehnte dies kategorisch ab. Zuvor hatten wir im September um eine gemeinsame Gesprächsrunde mit dem Großhandel gebeten. Auch damals kam aus Schiltach eine Absage. Doch selbst im Schwarzwald hinter den sieben Bergen gilt das alte Sprichwort: Wer A sagt muß auch B sagen. Es bleiben trotzdem folgende Fragen:

- Hat Hansgrohe diese Großhändlerumfrage einfach nur dilettantisch durchgeführt oder wurden die Ergebnisse, „geschönt“?

- Ist die Vermarktung einer Zweitmarke über den Baumarkt für den traditionellen Vertriebsweg schädlich oder kann sie als Regulativ wirken?
- Werden wir auch künftig die Produkte der Hansgrohe AG in den Baumärkten finden?

- Wollte man es mit dem Zenio-Projekt auf eine Machtprobe mit dem Großhandel ankommen lassen, um sich Freiräume für weitere Aktivitäten zu schaffen?

- Was geschieht jetzt eigentlich mit der von Richard Grohe geführten Tochtergesellschaft Zenio SA?

Es würde sich doch lohnen diese, und noch ein paar andere Punkte in einem Interview zu erörtern, oder meinen Sie dies nicht auch, liebe Leser? Wenn Sie weitere Fragen an Hansgrohe haben, dann schreiben Sie uns einfach!



Im Musterkoffer liegt die eigentlich fürs Handwerk reservierte „New Generation“; davor die ursprünglich für den Baumarkt vorgesehene Zenio 100 bis Zenio 500. Was passiert nun mit Zenio und welche Handduschen besorgen sich künftig die Baumärkte?