



WIR STÄRKEN UNSEREN EINKAUF

Interview mit Jochen Koch

IHRE MEINUNG ZÄHLT

Umfragetool in unserem Verbund

MODERN, PRÄZISE UND WIRKSAM

Unser Marketing erreicht eine neue Ebene



Buderus

Heizsysteme mit Zukunft.

Systeme für Visionen.

Entdecken Sie die Wärmepumpen-Systeme von Buderus.

Die große Systemvielfalt von Buderus bietet alle Möglichkeiten, um bauliche Visionen zu verwirklichen. Ein Beispiel dafür ist die Luft-Wasser-Wärmepumpe Logatherm WLW196i AR im edlen Design der Titanium Linie. Die multivalente Wärmepumpe lässt sich bei Bedarf mit regenerativen Energien wie Solarenergie oder Biomasse ergänzen. Für maximale Effizienz und noch mehr Komfort bietet Buderus diese Wärmepumpe als perfekt abgestimmte Systemlösung an. Mehr dazu erfahren Sie unter www.buderus.de/waermepumpe



INHALT

VERBUND

- 04 - 05** Neues von Ihren Kollegen
06 Die Verbund-Meinung zählt
07 Regionaltage: Zeit für gute Gespräche, Austausch und Informationen
08 Kompetenzkreise: Wir gestalten zusammen unsere Zukunft
10 Neue Gesichter in unserem Verbund

EINKAUF

- 11** Wir stärken unseren Einkauf
13 - 26 Neues von unseren Lieferantenpartnern

MARKETING

- 27** Badwettbewerb: Neue Runde
28 Influencer-Marketing
 Das neue HAUSmagazin als Ihre Publikation
29 Das BADmagazin wirbt für Ihre Badkompetenz
30 - 31 MEISTER DER ELEMENTE: Neue Marketinglinie
32 - 33 DIE BADGESTALTER: Ein mutiger Schritt voran

SERVICE

- 34 - 35** Gemeinsam zum Erfolg: Unsere SHK-Architekten im Fokus

ERFA

- 36** Ehrlicher Austausch
37 ERFA-Gruppen vor Ort

VERBUND-TERMINE

- 38** Die Zukunft des Handwerks

IMPRESSUM

Herausgeber:

SHK AG, 76646 Bruchsal

Redaktion:

Tina Götz (TGö) – V.i.S.d.P.,
 Mathias Müller (MMü), Stefanie Jung (SJu)
 redaktion@shknet.de

Grafik / Layout: Digitale PrePress GmbH

Fotos: SHK AG, siehe Bildangaben

Druck: ColorDruck Solutions GmbH

Erscheinungsdatum: im Dezember 2019

Nachdruck, auch auszugsweise,
 nur mit ausdrücklicher Genehmigung.

Die Next Steps unserer Gemeinschaft



Liebe Leserinnen und Leser,

ein feuriger Jahreskongress, klare Strukturen im Mitglieder- und Gemeinschaftsmanagement, ein gestärktes Gemeinschaftsmarketing, neue Lieferanten- und Servicepartner, transparente Zusammenarbeit in Gremien und Kompetenzkreisen ... und nicht zuletzt unsere Umfirmierung in eine Genossenschaft.

Wir rücken vor auf Zukunft! Und das soll es noch nicht gewesen sein. Sicher fragen Sie sich: Was kommt jetzt? Wie geht es weiter? Was sind die Next Steps? Eines ist klar: Auch unsere nächsten Schritte gehen wir als Gemeinschaft – und Sie bestimmen maßgeblich mit. Denn im Verbund, in unserer Genossenschaft, ist es wie in einer Demokratie. Wir tun das, was im Sinne aller am besten ist – transparent, ehrlich und stets im Dialog mit Ihnen.

Unser Jahreskongress, die Regionaltage, ERFA-Gruppen, Kompetenzkreise und nicht zuletzt unsere Gremien – um die besten Entscheidungen für unseren Verbund treffen zu können, bedarf es Ihrer Stimme. Auf den folgenden Seiten erwarten Sie nicht nur Stories von Ihren Kollegen, sondern ebenfalls Neuigkeiten zu den Next Steps im Einkauf, Marketing, Service und Erfahrungsaustausch.

Viel Spaß beim Lesen wünscht Ihnen Ihr

Sven Mischel, SHK-Vorstand/CEO

NEUES VON KOLLEGEN



SHK-Mitgliedsunternehmen Rummler setzt bei seinem Servicewagen auf Elektromobilität.

Die Next Steps unseres Verbunds beginnen mit unseren Mitgliedern – Ihren Kollegen. Bernd Rummler beispielsweise setzt im Raum Hannover seit kurzem auf Elektromobilität. Er sagt: „Irgendjemand muss ja mit der E-Mobilität anfangen. Deshalb habe ich das gemacht, obwohl da momentan noch nicht alles rund läuft.“ Er nutzt den elektrischen Streetscooter als Servicewagen bei seinen Kunden rund um Hannover. Rummler: „Im Stadtverkehr habe ich dadurch schöne Vorteile. Ich darf die Busspur benutzen und kann kostenlos an den Ladesäulen parken.“ Seine Kunden nehmen das Elektrofahrzeug positiv wahr. Rummler: „Das passt ja auch zu uns. Wir installieren bevorzugt umweltfreundliche Technik wie Solarthermie und Wärmepumpen.“ (MMü)

Neue Ausstellung, beachtliches Lagerkonzept oder eine ausgeklügelte Marketingaktion – Neuheiten können vielseitig sein. Interessant sind sie alle! Zögern Sie also nicht, uns davon zu erzählen: unter shkmagazin@shknet.de. Und vielleicht steht im nächsten Magazin dann Ihre Story. Von Kollegen, für Kollegen.

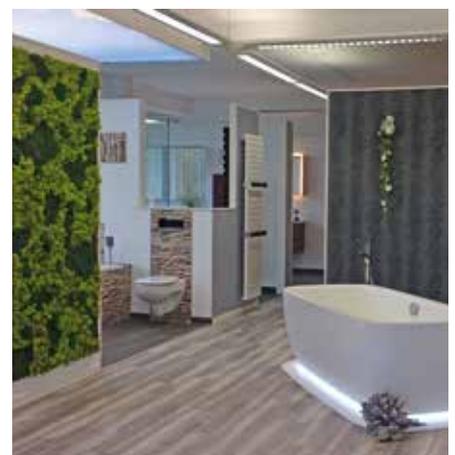


Die neue Ausstellung der Firma Laun begeistert Besucher/innen mit Modernität und Ästhetik.

Aus alt mach neu: Wunderschöne Ausstellung in Mihla

1996 erbaute Wolfgang Laun seine Firmenausstellung – seitdem gab es kleine Anpassungen, einzelne Produkte und Ausstellungsstücke wurden ausgetauscht. Als sein Sohn, Sandro Laun, vor 2 Jahren die Geschäftsführung des Familienunternehmens übernahm, war klar: Jetzt wird komplett renoviert!

„Nach über 20 Jahren war unsere Ausstellung einfach nicht mehr zeitgemäß. Deshalb sammelten wir Ideen bei SHK-Kollegen, fragten bei den SHK-Architekten um Rat und machten uns ans Werk.“, erklärt Sandro Laun. Nach der Renovierung im Sommer ist die Ausstellung heute ein Alleinstellungsmerkmal. „Der Markt verändert sich, und wir uns mit. Auch mein Vater ist begeistert vom neuen Ausstellungs-konzept.“, sagt Laun. (TGö)



Eine Mooswand trennt die Bereiche innerhalb der Ausstellung auf natürliche Art und Weise.

Auffällige Strand- dusche in Sachsen



Passend zum FKK-Strand gegenüber wirbt SHK-Mitglied Milko Kara mit einer Stranddusche am örtlichen Badesee bei Weißwasser in Sachsen: „Die Besucher – auch die weiblichen – finden es klasse. Wir sind hier ziemlich unverkrampft. Das Motiv passt gut zum sommerlichen Strandleben in unserer Region. Badgestaltung steht für mich eben auch für Lebensfreude.“ Der Vorteil? Dieses Werbemittel ergänzt seine weiteren Maßnahmen, wie Mailingkarten, Fahrzeugbeschriftung und Website, auf eine ausgefallene – und auffällige – Art und Weise. (MMü)

Firma Brauksiepe beim Reitturnier

Ebenfalls einen starken Auftritt zeigt die Firma Brauksiepe in Essen bei den Reitturnieren in ihrer Region. Mit Werbung auf einem Reitersprung, einer ganzseitigen Anzeige im Turnierheft und einem Truck vor Ort macht Inhaber Florian Brauksiepe in der zahlungskräftigen Reiterszene auf seine Kompetenz als Badprofi aufmerksam. (MMü)



Der Reitersprung wird bei mehreren Turnieren eingesetzt.

ZUSAMMEN GENT'S BESSER

DIE BADGESTALTER
KOMPLETT MEIN BAD

ES IST DER TRAUER FÜR EINEN NEUEN BAD UND HABEN SCHON EIN PLAN GEFASST? DIE WISSEN ABER NICHT WIE SIE SIE BADPROJEKT WIRBELN. UNVERTRAULICH MÖGLICH KOMPLEXE SIE NICHT NUR AUF DEN DREIER BLICK ZU ERHEBEN. SONDERN WIRBELN SIE HINNE EINER EINZIGEN, DIESE PLANE MIT IHREM NAMEN: DIE BADGESTALTER – KOMPLETT MEIN BAD.

ES IST DER TRAUER FÜR EINEN NEUEN BAD UND HABEN SCHON EIN PLAN GEFASST? DIE WISSEN ABER NICHT WIE SIE SIE BADPROJEKT WIRBELN. UNVERTRAULICH MÖGLICH KOMPLEXE SIE NICHT NUR AUF DEN DREIER BLICK ZU ERHEBEN. SONDERN WIRBELN SIE HINNE EINER EINZIGEN, DIESE PLANE MIT IHREM NAMEN: DIE BADGESTALTER – KOMPLETT MEIN BAD.

DIE BADGESTALTER

| | |
|--|--|
| <p>REINECK DIE BADGESTALTER LÜCKENHOFSTRASSE 12 42699 KANLSDORF-HEITHEID TEL.: 02151 84210 WWW.REINECK-KANLSDORF-HEITHEID-ENGLER.DE</p> | <p>BÄR DIE BADGESTALTER KUNDTALSTRASSE 29 42699 BÖNIGK TEL.: 02151 96240 WWW.BAER-BIENIGK-ENGLER.DE</p> |
|--|--|

WIR WÜNSCHEN BEI WIRBELN: LIEBELEBEN UND FREIZEIT MIT EINER LÜCKENHOFSTRASSE 12 | 42699 KANLSDORF-HEITHEID MIT EINER BADPROJEKT WIRBELN. UNVERTRAULICH MÖGLICH KOMPLEXE SIE NICHT NUR AUF DEN DREIER BLICK ZU ERHEBEN. SONDERN WIRBELN SIE HINNE EINER EINZIGEN, DIESE PLANE MIT IHREM NAMEN: DIE BADGESTALTER – KOMPLETT MEIN BAD.

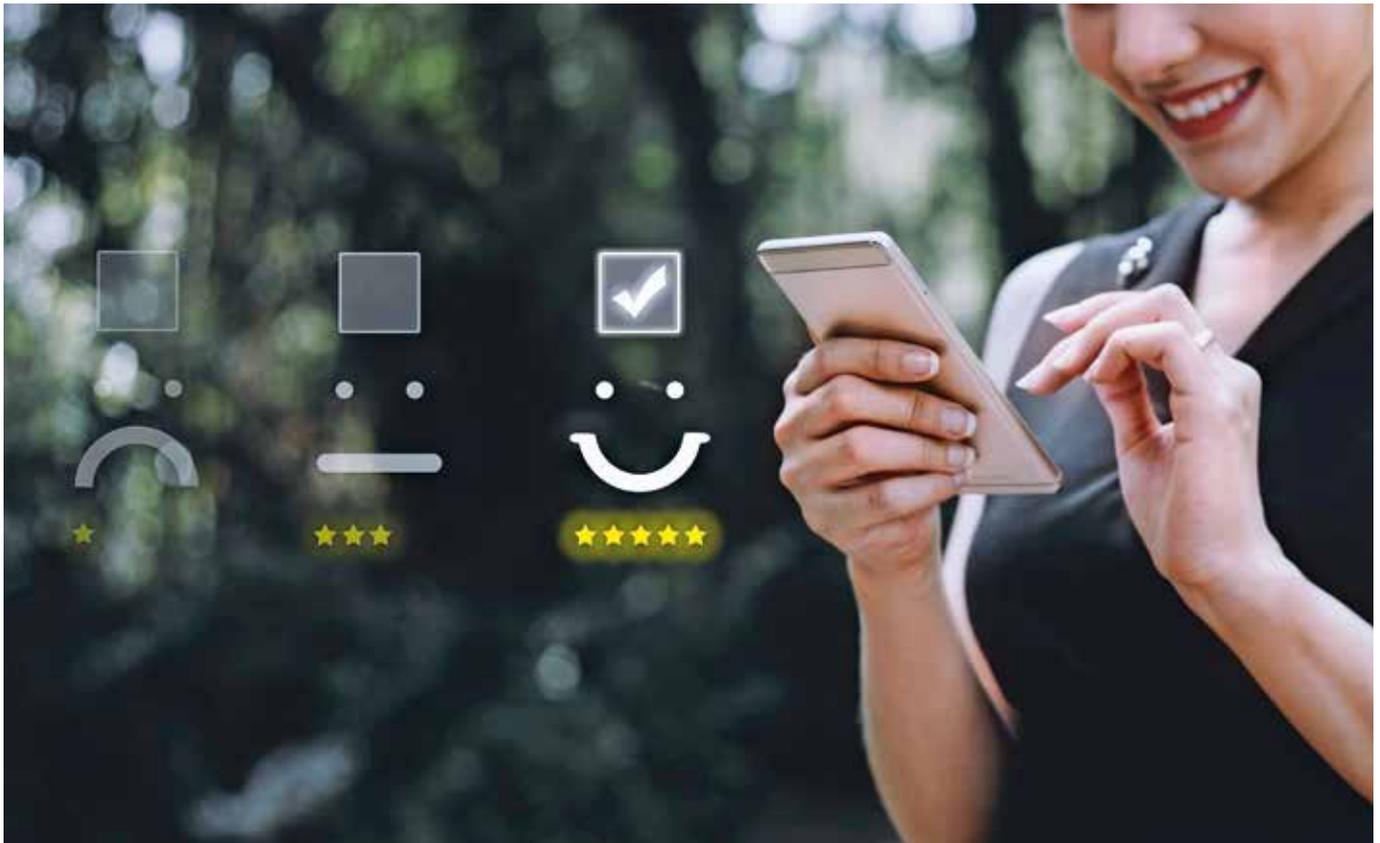
Mit einer gemeinsamen Anzeige treten die zwei Badgestalter-Kollegen Reineck und Bär in ihrer Region auf.

Ressourcen, Kompetenzen und Kosten teilen – das ist ein Grundprinzip unseres Verbunds. Ihre SHK-Kollegen, die Unternehmen Reineck und Bär, wenden dies in Form einer gemeinsamen Anzeige in einem Hochglanzmagazin an.

Melanie Reineck sagt: „Mit der Firma Bär sind wir kollegial verbunden. Wir sehen in der Anzeigenstrecke eine Aktion, die unser Image stärkt.“

Susanne Bär sagt: „Die Firma Bär sieht sich nicht mit der Firma Reineck in Konkurrenz. Wir sind Partner, die gemeinsam als eine starke Marke auftreten. Zusammen und mit einem einheitlichen Konzept sind wir einfach auffälliger.“

Die Abstimmung der beiden Kolleginnen dauerte nicht lange, dann war den beiden Unternehmen klar, dass sie diesen Schritt zusammen gehen werden. Und mit der Marke **DIE BADGESTALTER** war die Umsetzung schnell geklärt. Wie weitere Next Steps bei den Badgestaltern aussehen, lesen Sie auf den Seiten 32 und 33. (MMü)



Gefällt mir? Gefällt mir nicht? Feedback ist wichtig – vor allem im Verbund. Deshalb erfragen wir viele Kooperations-Themen mithilfe von Umfragen.



Die Verbund-Meinung zählt

... und um diese zu erfahren, nutzen wir innerhalb unserer SHK-Gemeinschaft Umfragetools

Wie finden Sie MEISTER DER ELEMENTE? Welche Marketingleistungen wünschen Sie sich? Haben Sie Interesse an Winterseminaren? Gibt es Themen, die Sie besonders beschäftigen?

Verbund bedeutet, Herausforderungen gemeinschaftlich zu begegnen – und dabei das Wohl aller Mitglieder zu berücksichtigen. In unserer Gemeinschaft sind es die Meinungen von über 900 SHK-Mitgliedsunternehmen, die wichtig sind. Um alle Ansichten zu erfassen, tauschen wir uns beim Jahreskongress, bei Regionaltagen und ERFA-Treffen miteinander aus.

Und um Ihre Meinung auch dann zu erfragen, wenn Sie einmal nicht an unseren Veranstaltungen teilnehmen können, greifen wir seit diesem Jahr vermehrt auf Umfragen zurück.

Diese erhalten Sie in Form von E-Mails oder innerhalb unseres SHK-Newsletters, sodass wirklich jeder seine Meinung kundtun kann. Einfach Link anklicken, teilnehmen – und unseren Verbund mitgestalten. Nur so prägen wir die Zukunft des Handwerks gemeinsam, nur so binden wir die gesamte Verbund-Meinung ein, nur so wachsen unsere Säulen Einkauf, Marketing, Service und ERFA.

Auch deshalb gilt: Sprechen Sie Ihre Fragen und Wünsche offen an – Transparenz und Aufgeschlossenheit sind die Werte unserer Kooperation. (TGö)

Regionaltage: Zeit für gute Gespräche, Austausch und Informationen

Auch in Ihrer Nähe findet ein Regionaltag statt. Nutzen Sie die Möglichkeit, teilzunehmen, mitzureden und Fragen zu stellen.

Zuletzt fanden die Regionaltage im schönen Haltern am See im Nordwesten Deutschlands statt. Unser Ziel ist es, dass Sie sich als SHK-Mitglied einbringen können – egal, von welchem Ort aus.



Kurze Anfahrtswege, aktuelle Verbund-Themen, gute Gespräche und Fachvorträge, die Sie und Ihr Unternehmen weiterbringen – das sind die Vorteile unserer Regionaltage. Das Prinzip ist einfach: Wir kommen in Ihre Nähe und Sie

können die Möglichkeit nutzen, teilzunehmen und mitzubestimmen.

Mit der Auftaktveranstaltung in Haltern am See am 12. und 13. September 2019 starteten unsere Regionaltage in die nächste Runde. Für SHK Vorstand Sven Mischel und das Team aus der Zentrale sind sie ein wichtiger Gradmesser für alle aktuellen Aktivitäten, die unsere Gemeinschaft nach vorne bringen sollen. Bieten die Vor-Ort-Termine doch jede Menge Gelegenheiten, die laufenden Projekte zu präsentieren, gemeinsam zu optimieren und weiterzuentwickeln.

So gab es in Haltern in verschiedenen Diskussionsrunden einen regen Austausch über angepasste Marketing-

Regionaltag verpasst?
Weitere Termine: Seite 38

nern über die aktuellen Markttrends auszutauschen. Ergänzt wurde der Tag mit einem spannenden Fachvortrag zum Thema Notfallkoffer von Unter-

nehmensberater Herbert Reithmeir: Haben Sie sich bereits Gedanken gemacht,

wie Ihr Notfallplan aussieht, wenn Sie ausfallen? Wer führt Ihre Firma, wenn Sie nach einem Motorradunfall im Krankenhaus liegen? Sind Ihre Kinder ausreichend versorgt? Gedanken, die man sich nicht gerne macht, die aber ganz schnell aktuell werden können. Besser, man ist gemeinsam vorbereitet! Am Ende der Regionaltage waren sich alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer einig: der persönliche Austausch im Verbund ist enorm wichtig. (SJu)



Notfallkoffer

Spannender Vortrag bei den Regionaltagen: Herbert Reithmeir zeigte, was in einen Notfallkoffer gehört und wie dieser für reibungslose Abläufe in Ihrem Unternehmen sorgt.





SHK-Kompetenzkreise

Wir gestalten zusammen unsere Zukunft

... mit den Themen Einkauf, Marketing, Zukunft und Service

SHK-Mitglieder, die aktiv an der Erarbeitung der künftigen Verbund-Ausrichtung mitwirken möchten, sind Teilnehmer/innen unserer Kompetenzkreise.



Sie dachten, nur Gremien und Vorstand bestimmen die Zukunft unseres Verbunds? Ganz im Gegenteil, das ist eine gemeinschaftliche Aufgabe, an der jeder – auch Sie – mitwirken kann!

Die Kompetenzkreise bestehen aus Mitgliedern, die ihr Engagement offen verkündet und sich zur Teilnahme angemeldet haben. Sie stellen die Weichen für die zukünftige Ausrichtung unseres Verbunds.

Und so haben die Kompetenzkreise Zukunft (wird erweitert um den Bereich Service), Marketing und Einkauf bei ihren Tagungen vom 9. bis 11. September 2019 in Bebra beim Aufsichtsratsmitglied Peter Ullrich richtungsweisende Entscheidungen getroffen. Bei der zweiten Zusammenkunft nach den konstitu-

ierenden Sitzungen im vergangenen Februar wurden ein Fahrplan für die kommenden Monate fixiert. Inhaltlich stellten die Teilnehmer das Thema Verbindlichkeit in den Vordergrund. Denn höhere Verbindlichkeit bedeutet für



Konzentrierte Arbeit der engagierten Teilnehmer in den Kompetenzkreisen.



Gemeinsam arbeiten und diskutieren macht auch Spaß – das zeigen hier Sven Mischel, Horst Langen und Christian Tschaut. (v. l.).

Mitglieder und für Lieferantenpartner mehr Gewinn, durch die Kraft unserer Gemeinschaft.

Der Kompetenzkreis Zukunft & Service beschäftigte sich im Schwerpunkt mit den Fragen:

„Wie sieht das Handwerksunternehmen der Zukunft aus? Welche

Rolle spielen dabei die Themen Digitalisierung und Personalmangel? Und wie können optimierte, digitale Prozesse dem Personalmangel vorbeugen?“ Arbeitsprozesse und die Qualität unserer Mitgliedsunternehmen werden hier in den Fokus gerückt.

Lieferantenpartner und SHK-Mitglieder sind nur gemeinsam stark. Diese

Digitale Konzepte für Personalgewinnung

Tatsache wurde im Kompetenzkreis Einkauf deutlich. Die Teilnehmer dieses Kompetenzkreises haben im offenen Erfahrungsaustausch Umsatz und Ertragsentwicklungen diskutiert, Lieferantenpartner unter die Lupe genommen und Markttrends analysiert. Moderiert wurde der Kompetenzkreis Einkauf erstmalig von Jochen Koch. Der Einkaufschef der SHK hat mit seiner langjährigen Erfahrung den erforderlichen Blick über den Tellerrand und die Erfahrung, den Bereich Einkauf strategisch weiterzuentwickeln. Im Interview auf den Seiten 11 und 12 dieses Magazins lesen Sie hierzu mehr.

Im Kompetenzkreis Marketing wurden die Marketingkonzepte unter die Lupe genommen. Zum Beispiel entschieden die Teilnehmer, dass alle SHK-Mitglieder die Maßnahmen des

MEISTER DER ELEMENTE-Marketingtools nutzen können. Für **DIE BADGESTALER**

wurde diskutiert, wie wir die Marke mit unserem Verbundgedanken in Einklang bringen. Die Ergebnisse lesen Sie auf den Seiten 30 bis 33.

Gemeinsam für und mit dem SHK-Vorstand entscheidungsreife Vorlagen erarbeiten – das ist das Ziel unserer Kompetenzkreise, die sich jeweils zweimal jährlich treffen. (SJü)



Teilnehmer/innen der Kompetenzkreise (v.l.): Sven Mischel, Christian Tschaut, Carsten Holler, Ina Säuberlich, Gerda Gerstmeier, Julie Lohmann, Georg Bleker, Peter Ullrich, Jochen Koch. Nicht im Bild: Ronny Ballerstädt, Stefan Gade, Stefanie Jung, Gerald Krenn, Horst Langen und Günter Schurr.

Neue Gesichter in unserem Verbund

Unsere Kooperation bleibt fit für die Zukunft, mit einer klugen und nachhaltigen Personalstrategie

Vor kurzem erreichte uns eine spannende Mitglieder-Frage: „In letzter Zeit sehe ich bei der SHK-Zentrale einige neue Gesichter – welche Gründe gibt es dafür?“

Darauf antworten wir gerne: Eine kluge und rechtzeitige Nachfolgeregelung hält ein Unternehmen jung, stark und wettbewerbsfähig – so auch unseren SHK-Verbund. Aus diesem Grund kümmern wir uns bereits jetzt darum, einen fließenden Übergang zwischen künftig pensionierten und neuen SHK-Mitarbeitern zu gestalten. Damit gewährleisten wir außerdem eine reibungsfreie Einarbeitungsphase.

So verstärken uns seit Oktober 2019 Caro Lohaus und Anja Rosenau im Mitglieder-Management. Caro Lohaus ist als Key Account Managerin Ihre Ansprechpartnerin, wenn sich Ihr Unternehmen im Gebiet Nordwest-Deutschland befindet. Aus Emsdetten bei Münster stammend, stellt die Arbeit in dieser Region Deutschlands für sie ein Heimspiel dar. Caro Lohaus beschäftigte sich während ihrer Tätigkeit bei der wedi GmbH zuletzt mit den Themen Business Development und Key-Accounting. Sie weiß, was es bedeutet, die Entwicklung eines Unternehmens auf strategischer Ebene einzuschätzen und beispielsweise Marktanalysen in diese Betrachtung miteinzubeziehen.

Anja Rosenau verstärkt das Gebiet Nordost-Deutschland. Sie hat Handwerk gelernt, war lange als Außendienstmitarbeiterin der Adolf Würth GmbH & Co. KG tätig und beschäftigt sich seit Jahren intensiv mit den Themen Digitalisierung und Online-Marketing. Sie kennt dieses Gewerbe ausgesprochen gut – nicht zuletzt, weil ihre Familie generationsübergreifend ein Handwerksunternehmen führte.

Vor allem unsere Kollegen im Mitglieder-Management sind Ihre Ansprechpartner – bei Fragen, Neuigkeiten, Möglichkeiten Ihrer Mitwirkung an der Verbund-Zukunft und allem, was Sie interessiert. Auf der Karte sehen Sie, an wen Sie sich als SHK-Mitglied jederzeit wenden können. (TGö)



Einfach QR-Code scannen und die Karte mit Ihren SHK-Ansprechpartnern online anschauen.

Caro Lohaus
Key Account Manager
+49 (0)151 12304370
c-lohaus@shknet.de

Anja Rosenau
Sales Manager
+49 (0)172 7275342
a-rosenau@shknet.de

Ottmar Henne
Sales Manager
+49 (0)173 3117039
o-henne@shknet.de

Stefan Rennspiess
Key Account Manager
+49 (0)176 5637612
s-rennspiess@shknet.de

Frank Schneider
Sales Manager
+49 (0)176 56394190
f-schneider@shknet.de

Steffi Uhlmann
Sales Manager
+49 (0)172 7207134
s-uhlmann@shknet.de

Dirk Hasenauer
Key Account Manager
+49 (0)151 14120874
d-hasenauer@shknet.de

Ralf Springmann
Sales Manager
+49 (0)151 14121092
r-springmann@shknet.de

Günther Fererberger
SHK Austria GmbH
Gebietsleiter
+43 (0)676 4619193
g-fererberger@shknet.at

Daniela Hessel
Sales Manager
+49 (0)151 14124399
d-hessel@shknet.de



Wir stärken unseren Einkauf

Seit 100 Tagen verstärkt Jochen Koch unsere SHK: Wir fragen ihn nach seinen ersten Eindrücken.

EINKAUF: Im Interview beantwortet er Fragestellungen wie „Was sind unsere Verbund-Ziele im Einkauf?“ und „Welche Veränderungen bringen die Next Steps mit sich?“ Seien Sie gespannt auf seine Statements...

SHKmagazin: Welche Vorteile sehen Sie im Bereich Einkauf in unserem Verbund?

Jochen Koch: Das sind im Wesentlichen zwei Aspekte: Zum einen ist unsere SHK ein gewaltiges Beziehungsnetzwerk, welches von all unseren Mitgliedsunternehmen und Lieferanten gewinnbringend genutzt wird. Die Zentrale fungiert dabei als Sprachrohr – einerseits von Seiten unserer Mitglieder gegenüber der Lieferanten – andererseits natürlich auch umgekehrt. Solch ein komplexes Beziehungsgeflecht entsteht nur im Verbund.

Zum anderen profitieren unsere Lieferantenpartner und Mitglieder von ihrer Zusammenarbeit, die nur im Verbund so perfektioniert werden kann. Beispielsweise erhalten unsere Lieferanten eine Bandbreite an Möglichkeiten, ihre Produkte zu platzieren – etwa in

den Ausstellungen unserer Mitglieder. Die Produkte werden mit viel Liebe zum Detail im passenden Umfeld präsentiert. Der Endkunde kauft dann nicht nur die Produkte der Lieferantenpartner bevorzugt, sondern nimmt auch die erstklassige Leistung unserer Mitgliedsunternehmen in Anspruch. Eine Win-Win-Situation für alle.

SHKmagazin: Wie sehen die Ziele unseres SHK-Verbunds im Bereich Einkauf für die nächsten Jahre aus?

Jochen Koch: Ganz klar: Stark durch Einkauf! Und zwar durch konzentrierten Einkauf. Das bedeutet für die Zentrale, im Sinne unserer Mitglieder die Sortimente unserer Lieferantenpartner auf Herz und Nieren zu prüfen. Und da geht es nicht nur um die passenden Produkte, sondern auch um die Stärkung unseres Verbunds.



SHKmagazin: Und was bedeutet das konkret?

Jochen Koch: Nun, wir wollen in jedem Produktsegment einen Premiumpartner listen. So erhalten wir eine gewisse Konzentration und damit Mehrwerte für jede Partei: Unsere Mitglieder erhalten mehr Boni, die Lieferanten höhere Umsätze und unser Verbund wird gestärkt. Zukünftig wird es eine Klassifikation der Lieferantenpartner in jedem Segment geben. Als SHK-Mitglied erkennt man dann direkt, ob es sich um einen Gold-, Silber- oder Bronzepartner handelt. Loyale, engagierte und unseren Verbund stützende Lieferantenpartner werden so hervorgehoben.

*Premiumpartner werden
gemeinsam ermittelt*

SHKmagazin: Wie wird diese Klassifikation unserer Lieferanten aussehen? Zählen nur die Preiskonditionen?

Jochen Koch: Nein, keinesfalls! Wir – das sind vor allem die Mitglieder des Kompetenzkreises Einkauf – bewerten gemeinsam die Produktpaletten, die Marktdurchdringungen, die Servicebereitschaft, die Markenqualität und die logistische Abdeckung. Dabei sind die Preiskonditionen natürlich auch ein Teil der Analyse – immerhin bringen diese auch unsere wirtschaftlichen Vorteile im Verbund (lacht). Aber primär schaffen wir zusammen ein einheitliches Qualitätsniveau, das jeder aktiv mitgestalten und profitabel nutzen kann.

SHKmagazin: Welche Vorteile bringen die Veränderungen unseren Mitgliedern?

Jochen Koch: In erster Linie: Ressourceneinsparungen. Mit unseren Lieferanten verhandeln wir im Sinne aller unserer Mitglieder ein individuelles Gesamtpaket, inklusive Marketingleis-

tungen. Das ist für unsere Mitglieder mehr wert als ein einzelnes Schnäppchen. Außerdem können unsere Unternehmer/innen ihre Zeit für wichtige Aktivitäten nutzen und Verhandlungen einfach uns überlassen. Das vorselektierte Lieferantenportfolio schont also nicht nur den Geldbeutel, sondern fördert vielleicht auch den Haussegen (lacht). Insgesamt bin ich überzeugt:

Im Verbund sind wir auf einem guten Weg, und die Next Steps gehen wir gemeinsam.

Alleskönner!

Der Wärmehzähler **zelsius® C5** von **ZENNER**

Der Profi für fast alle Messaufgaben und Einbausituationen



zelsius® C5 CMF

Kompaktzähler mit Koaxial-Messkapsel für Anschlussstellen nach DIN ISO 4064. (M60, TE1, A1, PCC, IST).



zelsius® C5 ISF

Kompaktzähler mit Einstrahl-Durchflusssensor - lieferbar als Wärmehzähler oder kombinierter Wärme-/Kältezähler sowie als Glykolzähler.



zelsius® C5 IUF

Kompaktzähler mit Ultraschall-Durchflusssensor für höchste Präzision.



www.metherm.de

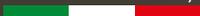
fima | CARLO FRATTINI®
rubinetterie

SO

DAVIDE VERCELLI DESIGN

CREATE YOUR
STYLE WITH
BREAKING
RULES SPIRIT



made in italy


www.fimacf.com

Für heute und für morgen: GROHE Rapid SLX

Neues Montageelement überzeugt durch schnellen Einbau, leichte Handhabung und große Gestaltungsvielfalt.

Durchdachte Funktionalität trifft individuelle Designvielfalt: Mit Rapid SLX revolutioniert GROHE den Markt für Installationssysteme. Das neue Montageelement lässt sich schnell einbauen und leicht handhaben. Ein innovatives Strom- und Wassermanagement hält alle Möglichkeiten für künftige Erweiterungen im Bad offen. Eine Besonderheit von Rapid SLX ist die integrierte Spülstromdrossel. Die Stärke des Spülstroms kann so auch nach der Fertigstellung des Bades unkompliziert reguliert werden, ein Ausbau des Ablaufventils ist nicht nötig. Auch bei spülrandlosen WCs wird so ein Überspritzen verhindert. Das GROHE Rapid SLX verfügt über Leerrohre für Wasser- und Elektroleitungen, sodass auch zu einem späteren Zeitpunkt ein Dusch-WC nachgerüstet werden kann. Ein Wasseranschluss und die integrierte Stromanschlussdose sind durch eine großzügig bemessene Revisionsöffnung zugänglich. Bei der Design- und Farbauswahl bietet GROHE alle Möglichkeiten zur individuellen Badgestaltung. Passend zum Montageelement Rapid SLX können Kunden zwischen Betätigungsplatten in zwei Größen, jeweils drei Designs und zwölf Farben wählen. Armaturen, Brausen und Zubehör

aus der GROHE Colors Kollektion und den GROHE Designlinien lassen sich dazu perfekt aufeinander abstimmen.

GROHE Rapid SLX steht für Qualität „Made in Germany“. Seit September wird das Montageelement im GROHE Kompetenzzentrum für Sanitärtechnologie in Porta Westfalica produziert. In einem zukunftssicheren Markt bedient GROHE damit die wachsende Nachfrage nach innovativen Installationssystemen.



Als verlässlicher Partner des Handwerks erleichtert GROHE Installateuren mit Rapid SLX die Installation von WC-Systemen.

Die leicht zugängliche Spülstromdrossel von Rapid SLX ist besonders bei spülrandloser WC-Keramik praktisch: Spritzer oder überlaufendes Wasser gehören so der Vergangenheit an.



LAUFEN



 SaphirKeramik

COLLECTION VAL, DESIGN BY KONSTANTIN GRČIČ
DE.LAUFEN.COM

NEU BEI PARADIGMA



PMI

- Wandhängender Gas-Brennwertkessel
- Wärmetauscher aus Aluminiumsilizium-Legierung
- In vielen Leistungsstufen verfügbar
- Robuste interne Verrohrung & Hydraulikblöcke in Messing



STAqua E

- Zur Trinkwassererwärmung und Heizungsunterstützung mit Photovoltaikstrom
- Wandelt überschüssigen PV-Strom in Wärme um
- Hydraulische Anbindung analog zu AquaSolar System

VARIO TOWER

VARIO TOWER TW

Direkt an der Wand oder am Trinkwasserspeicher TW 300 montierbar



VARIO TOWER PS

Am Kombispeicher PS2Plus FST oder Pufferspeicher PS2Plus montierbar

ÖKOLOGISCHE HEIZSYSTEME VON PARADIGMA

1988 gegründet, zählt Paradigma heute zu den führenden Systemanbietern regenerativer Heiztechnik für Ein- und Zweifamilienhäuser. Mit einer innovativen Solaranlage, Pelletsheizung oder Gasheizung mit Brennwerttechnik versetzen wir Menschen in die Lage, kostensparender und vor allem umweltschonender zu heizen. So leisten wir mit unseren Solaranlagen und Pelletsheizungen einen entscheidenden Beitrag zur Unabhängigkeit von hohen Brennstoff- und Energiekosten.

Laguna Badwelten

Funktionalität und zugleich Ästhetik im Badezimmer



Laguna Badwelten erweitert seine bisherige Produktvielfalt: die bewährten Laguna Programme namens Platino 2.0 und Reflex sowie die dazugehörigen Ergänzungsschränke werden um Waschtische, Seitenaufdopplungen, Regale und Dekore im „Industrial Design“-Look ergänzt.

So müssen Sie nicht auf die bewährte Funktionalität verzichten, sondern stattdessen die Badmöbel zusätzlich mit dunklen Design-Elementen aus, die dem Ganzen einen komplett neuen Charakter verleihen. **Starke Ausrichtung der Badmöbel auf Zweck, Funktion und Lifestyle**

Die klassischen Badmöbel, die sich durch eine ausgereifte Technik, ergiebigen Stauraum und geprüfte Qualität auszeichnen, bilden mit den modernen „Industrial Design“-Elementen eine perfekte Kombination, die ein neues Raumgefühl für Ihr Badezimmer schafft.

Überall, wo Sie das Industrial Design-Logo sehen, finden Sie die zum Thema passenden Elemente.

LAGUNA BADWELTEN heißt die „Top-Badmöbelmarke“ aus dem Hochsauerland.

Für alle, die Wert auf eine hervorragende Qualität und funktionales Design legen, hat LAGUNA BADWELTEN eine große Auswahl an individuellen Badmöbelprogrammen.

Ob organische oder geradlinige Formen, Möbel mit viel Stauraum oder mit einer puristischen Gestaltung – LAGUNA BADWELTEN bietet für jede Badezimmergröße und Stilrichtung eine passende Lösung an und das mit einem unschlagbaren Preis-Leistungs-Verhältnis.

Qualität ist einer der wichtigsten Aspekte bei LAGUNA BADWELTEN!

Exklusive STONEPLUS®-Waschtische und Qsolid®-Waschtischplatten, Spiegelschrankbeleuchtungen mit Farbwechselsteuerung, hochwertige Metallauszüge und verdeckte Ablaufsysteme sind nur einige Beispiele für unseren Qualitätsanspruch „Made in Germany“.

Aus diesem Grund wurde LAGUNA BADWELTEN mit dem Qualitätssiegel der Deutschen Gütegemeinschaft e.V. ausgezeichnet.



Das „Industrial Design“ Funktionsregal ist ein besonderer Akzent in Ihrem Bad. Es gibt es in 3 Breiten und kann waagrecht als auch senkrecht aufgehängt werden.

Funktionales Design für mehr Platz und Flexibilität am Waschplatz

Vielfältige Planungs und Installationsvorteile mit Geberit ONE



*Stauraumwunder
Waschtisch
Unterschrank:
Da der Siphon unter
Putz verbaut ist,
können die Schub-
laden durchgängig
genutzt werden.
Mit Ordnungsboxen
und Schubladen-
teilern lassen sich
je nach Bedarf be-
liebig große Fächer
strukturieren.*

Zähneputzen, Händewaschen, Schminken, Rasieren: der Waschplatz ist neben dem WC der Bereich im Bad, der täglich mehrmals benutzt wird. Präsentiert er sich aufgeräumt, wirkt sich das positiv auf den ganzen Raum aus. Er sollte deshalb besonders sorgfältig geplant werden, um ästhetischen und funktionalen Ansprüchen gerecht zu werden. Das neue Badkonzept Geberit ONE geht noch einen Schritt weiter und führt reduziertes Design vor der Wand und bewährte Technik dahinter als Einheit neu zusammen. Heraus kommt ein intelligentes Raumkonzept, das optisch und funktional überzeugt, sowie zahlreiche Vorteile bei der Planung und Installation bietet.

Mit Lösungen für Waschtisch, Unterschrank, Spiegelschrank und Armatur schafft Geberit ONE besonders reinigungsfreundliche Waschplätze mit großer Bewegungsfreiheit: Alles, was vor der Wand nicht unbedingt benötigt wird, verschwindet in der Vorwandinstallation. Dadurch entsteht mehr Platz im Bad und die Reinigung geht einfacher vonstatten. Sanitärprofis profitieren mit Geberit ONE zudem von einer einfachen und sicheren

Planung sowie zahlreichen Installationsvorteilen.

Geberit ONE Spiegel und Unterschrank: überraschende Raumwunder. Mit einem Spiegelschrank sowie einem Waschtisch Unterschrank bietet Geberit ONE viel Stauraum im Bad. Der Spiegelschrank ist in drei Größen erhältlich, nutzt die Vorwand mit seiner kaum sichtbaren Ausladung geschickt aus und punktet mit einem beeindruckenden Platzangebot. Für die optimale Beleuchtung am Waschplatz sorgen ein warmes, atmosphärisches Licht, das den Spiegelschrank wie ein Rahmen umläuft, sowie ein kälteres Funktionslicht zur Ausleuchtung im Nahbereich. Der Nutzer kann Lichtqualität und -intensität individuell einstellen und in Benutzerprofilen speichern. Praktisch ist zudem der komplett umlaufende mattierte Spiegelrand, auf dem Fingerabdrücke kaum zu sehen sind. Weiteren Stauraum bietet der Waschtisch-Unterschrank: Da keine Aussparung für den Siphon nötig ist, können beide Schubladen unterbrechungsfrei genutzt werden. Praktische Schubladenteiler aus Aluminium lassen sich individuell platzieren.

Hygiene und Erfrischung mit dem Bidet im WC



Produkt-
weiter-
entwicklung

WASHLET™ RX EWATER+ Das Wohlfühl-Dusch-WC mit Hygieneplus.

Ab jetzt zusätzlich mit:
Reinigendem EWATER+ und
automatischem Entkalkungsprogramm



TOTO

Life Anew
de.toto.com

Außergewöhnliche Fliesen für besondere Projekte



Foto: GranitiFiandre S.p.A

KERAMUNDO und Raab Karcher bieten in Deutschland eine sehr große Auswahl an namhaften Herstellern und exklusiven eigenen Fliesenserien, davon viele Serien sofort lieferbar auf Lager. Dank fachkundiger Beratung, unterstützt von einer nahezu einzigartigen virtuellen Planung, wird so aus jedem außergewöhnlichen Kundenwunsch schöne Realität. Exklusive Fliesenserien, wie FIANDRE Maximum Marmi, bieten darüber hinaus einen echten Mehrwert auch für außergewöhnliche Projekte. Die Kollektion kombiniert die edle Anmutung von Naturstein mit der Widerstandsfähigkeit von Feinsteinzeug. Helle Oberflächen, raffinierte Details, ausgesuchte Maserungen und ein Format von bis zu 1,50 x 3 Metern werten jeden Raum auf und bie-

ten viele Gestaltungsmöglichkeiten, die über die reguläre Wand und Bodenverkleidung hinausgehen. Die Fliesen eignen sich daher auch für die Verkleidung von Sitzgelegenheiten im Bad, die Badezimmereinrichtung, Waschtische und Waschtischkonsolen. Gerade bei Waschtischen hinterlassen die filigrane Optik und die unkonventionelle Gestaltungsmöglichkeit ohne konkaves Becken einen nachhaltigen Eindruck. Zusammen mit qualifizierten Partnern für den passgenauen Zuschnitt und die Verarbeitung bieten KERAMUNDO und Raab Karcher die Produkte und die fachkundige Beratung für die vielfältigsten Projekte. Weitere Informationen zu Niederlassungen und Ansprechpartnern finden sich unter www.keramundo.de und www.raabkarcher.de



Fotos (2): baqua GmbH / Thomas Wiuf Schwartz

-scinosa-

in dieser Wanne erleben Sie ein ganz neues Badegefühl

Merkmal 1:
Rückenneigung 45°

Diese Wanne besticht durch eine extrem flache Rückenneigung von 45°, kombiniert mit einem besonders breiten Schulter- und Hüftbereich.

Nutzen 1: Der komplette Oberkörper einschließlich des Hüftbereichs schmiegt sich an die Wanne an. Das sorgt für entspanntes Liegen und genug Freiraum, um behaglich den Körper zu recken und zu dehnen.

Merkmal 2:
Wannentiefe 39 cm

Bei einer Wannentiefe von nur 39 cm wird dennoch ein Wasserstand von bis zu 36 cm [*] durch die Ablaufgarnituren mit erhöhtem Wasserstand erreicht.

Nutzen 2: Der komplette Körper inklusive Schultern, Arme und sensiblen Brustbereich ist bei einer ganz entspannten Liegeposition durch den hohen Wasserstand mit warmen Wasser bedeckt.
[*]vergleichbar mit einer 45 cm tiefen Wanne und normaler Ablaufgarnitur

Merkmal 3:
Gesamthöhe 53 cm

Die minimale Gesamtaufbauhöhe der -scinosa- beträgt nur 53 cm [*]. Ein besonderes Merkmal ist der komfortable, breite Wannenrand im Fußbereich.

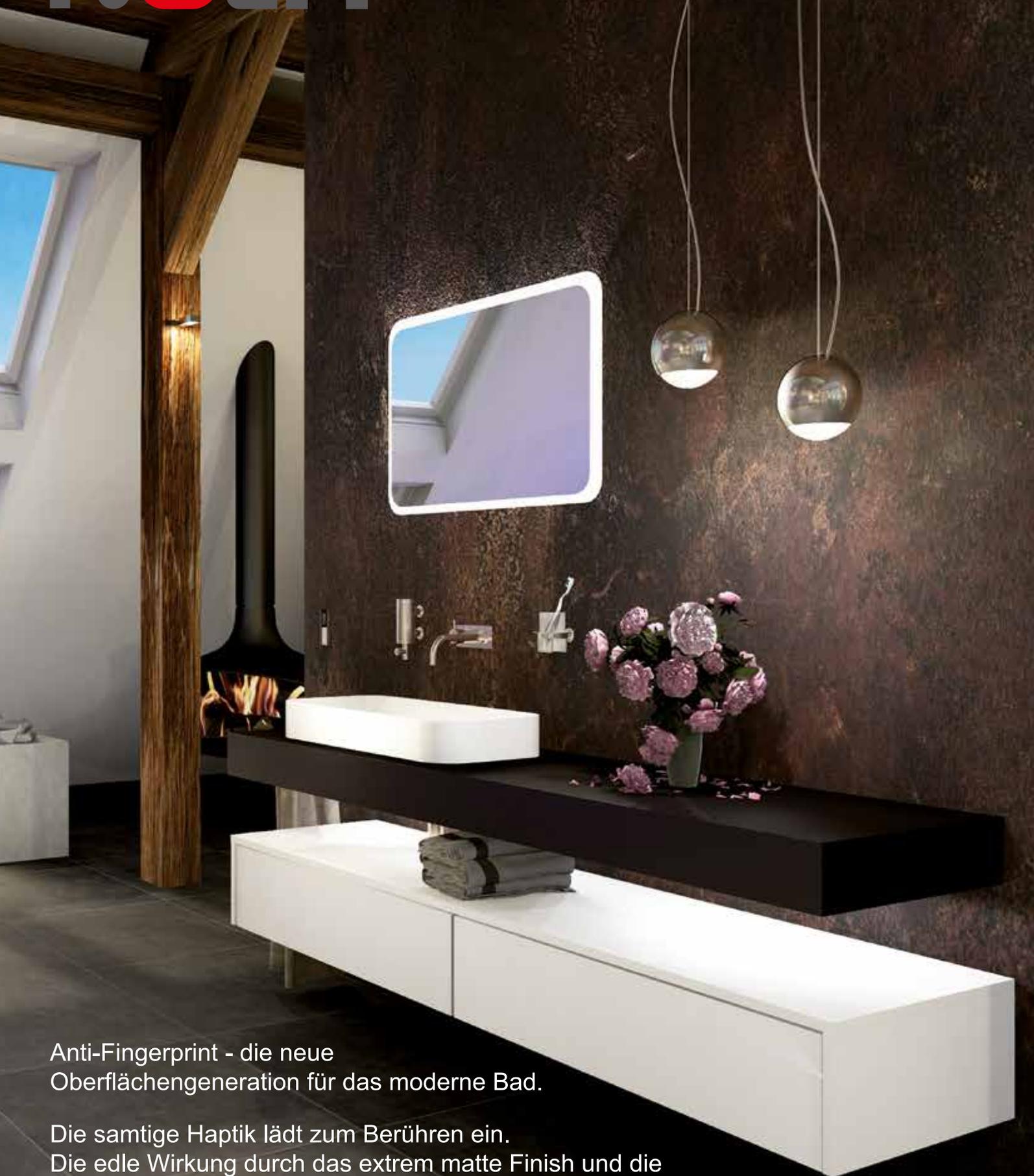
Nutzen 3: Die niedrige Gesamtaufbauhöhe garantiert bequemes Ein- und Aussteigen. Der breite Wannenrand im Fußbereich in Kombination mit nur 53 cm Gesamthöhe lädt zum Sitzen und zu Fußbädern ein.

Drei Merkmale – ein Nutzen:

Wohlfühlbaden
Die drei Merkmale Innenform, Wasserfüllhöhe und Bauhöhe sind von -mauersberger- neu durchdacht. Vereint in der -scinosa- sind sie der Maßstab für Wohlbefinden, pure Entspannung und Badegenuss.



NOLFF®



Anti-Fingerprint - die neue
Oberflächengeneration für das moderne Bad.

Die samtige Haptik lädt zum Berühren ein.
Die edle Wirkung durch das extrem matte Finish und die
hohe Alltagstauglichkeit begeistert Gestalter.
Als maßvariable Lösung in verschiedenen Farben erhältlich.

Nolff Möbelwerk GmbH & Co. KG - Fon: 07192/211-0 - Fax: 07192/211-29 - www.nolff.de - info@nolff.de

Neuheiten bei HSK Designheizkörpern

Bequemes Handling bei wohliger Wärme

Dank des praktischen Handtuchhalters kann das Handtuch ganz bequem von der Seite aufgeschoben werden. Der Handtuchhalter ist in einer edlen Chromoptik und den Breiten 290, 430 und 550 mm erhältlich.



Kunden sind sehr darauf bedacht, nach der Dusche oder dem Bad ein warmes Handtuch vorzufinden. Dazu muss in den meisten Fällen das Handtuch auf dem Heizkörper abgelegt werden, was wiederum die Heizleistung stark mindert. HSK hat nun die Lösung, die beides ermöglicht: ein warmes Handtuch und volle Heizkraft. Mit dem neuen einseitig geöffneten Handtuchhalter können Fachhandwerker ihren Kunden die ideale Variante präsentieren. Er kann von beiden Seiten des Heizkörpers montiert werden. Auch zwei Handtuchhalter pro Designheizkörper sind kein Problem. Der Handtuchhalter ist in einer edlen Chromoptik und den Breiten 290, 430 und 550 mm erhältlich. Für Kunden, die lieber auf einen klassischen Handtuchhalter setzen, gibt es einen geschlossenen Handtuchhalter in den Breiten 340 mm, 510 mm sowie 650 mm und in den Farben Weiß und Chrom. Dazu gibt es die passenden Designheizkörper: Der superflache Atelier Line schwebt nahezu vor der Wand. Verfügbar ist der Heizkörper in den Größen 456 x 1.806 mm sowie 608 x 1.806 mm. Der Designheizkörper Alto schmiegt sich ebenfalls flach an die Wand und ist damit ideal geeignet für schmale

Räume sowie Schlauchbäder. In den Größen 312 x 2.000 mm, 464 x 2.000 mm, 616 x 2.000 mm oder individuellem Sondermaß passt dieser in nahezu jedes Bad. Das zeitlos moderne Design des Atelier Line fügt sich auch optisch nahtlos in jedes Bad ein. In den Standardfarben Weiß und Graphit Schwarz sowie mit den klaren Linien passt er sich jedem modernen Bad an. Der in Lamellen gehaltene Alto ist in den Standardfarben Weiß und Silber erhältlich. Als Sonderfarben steht auch die große HSK Farbpalette zur Auswahl.



Der geschlossene Handtuchhalter wird an beiden Seiten des Designheizkörpers montiert, sodass dieser sich vor dem Heizkörper befindet und ihn nicht verdeckt. Der geschlossene Handtuchhalter ist in den Breiten 340 mm, 510 mm sowie 650 mm in den Farben Weiß und Chrom zu bekommen.

System 900: Universal Design

Optimal auf die Bedürfnisse der Benutzer abstimmbare



Die Relingsysteme und Duschhandläufe von System 900 überzeugen durch eine clevere, besonders einfache Montagetechnik. Statt der üblichen vier Befestigungspunkte werden nur drei Rosetten benötigt. Dies beschleunigt die Montage deutlich. Zudem ist mit der neuen Befestigungstechnik ein Ausgleich der Winkeltoleranz in der Raumecke von bis zu +/-2° möglich.

System 900 ist die Antwort auf die komplexen Anforderungen an barrierefreie Bäder. Die Produkte sind bis in das kleinste Detail durchdacht – sie überzeugen durch Funktionalität, dauerhafte Qualität, clevere Montagetechnik und hygienische Gestaltung. System 900 verbindet puristisches Design mit hoher Funktionalität und einer einzigartigen Sortimentstiefe. System 900 erfüllt die Anforderungen verschiedenster Gebäudetypen und Anwen-

dergruppen – sei es im Krankenhaus oder der Seniorenresidenz, in öffentlichen Gebäuden, im Hotel oder auch zu Hause. System 900 umfasst Lösungen für alle Bereiche des Sanitärraums – sei es am Waschtisch, am WC oder in der Dusche. Der modulare Aufbau von System 900 erlaubt vielseitige Kombinationsmöglichkeiten. System 900 ermöglicht eine Badgestaltung, die optimal auf die Bedürfnisse des einzelnen Nutzers abgestimmt ist.

Gutes Design bedeutet für HEWI auch, Optionen zu bieten. System 900 ist in Edelstahl, Chrom und mit Pulverbeschichtung mit tiefmatter Oberfläche in Weiß, Grautönen oder Schwarz erhältlich. So ist es vielseitig einsetzbar und ermöglicht Gestaltungsoptionen. Der Einsatz erstklassiger Materialien und deren sorgfältige Verarbeitung ergeben die herausragende, langlebige Qualität von System 900.





CHICAGO

Die neue Armaturenserie Chicago aus hochwertigem Messing ist ein Zusammenspiel aus organischen Formen und innovativen Funktionen. Die wassersparenden Armaturen mit schwenkbarem Auslauf sind in 3 verschiedenen Größen verfügbar. Die natürlich fließenden Formen begleiten die gesamte Kollektion.

www.bravat.de

Beschwingt: Badu, die burgbad-Kollektion mit Allrounder-Qualitäten



Bicolor-Kombinationen und trendige Metall- und Holzoptiken unterstützen bei Badu den wohnlichen Charakter des Badezimmers und lassen reichlich Spielraum für individuelle Gestaltung. Der Doppelwaschtisch unten bietet viel Bewegungsfreiheit.

Als neues Familienmitglied der Designlinie sys20 bringt die Badmöbelkollektion Badu von burgbad eleganten Schwung ins Bad. In ihrer Kombination aus organischen und geradlinigen Formen zeigt sich das Design von Badu inspiriert von dem angesagten Mid Century Style. Auffällig ist bei Badu die konsequente Ausformung der gewölbten Fronten, die in schwungvoller Kurve um die Ecke geführt werden. Damit unterstreicht burgbad seine meisterliche Kompetenz in der Produktion und Gestaltung von Rundbogenfronten. Die dynamisch wirkende Asymmetrie von Badu entsteht durch die Kombination der geschwungenen Basiskomponente, gebildet durch Waschtischeinheit und Spiegel beziehungsweise Spiegelschrank mit dem geraden Anbauelement, das eine geringere Tiefe besitzt und durch Türen, Auszüge oder offene Fächer unterschiedlich zu gestalten ist. Der Doppelwaschtisch bietet viel Bewegungsfreiheit in schmalen Raumsituationen, sodass sich alle Waschtisch-Sets von Badu optimal für eher schwierige Grundrisse wie schlauchförmige Bäder eignen. Zudem sorgt die asymmetrische Form für eine große seitliche Ablagefläche. Durch das Spiel mit

offenen und geschlossenen Oberflächen, der Ausgestaltung von Schüben, Türen und Regalen deckt Badu ein breites Spektrum an individuellen Kombinationen für große und kleine Bäder ab. Türen und Schublade des Anbauelements verfügen über Tip-On / Soft-Close-Funktion, während die gerundeten Schubladefronten des Waschtischunterschrankes sich über integrierte, vertikale Griffleisten (goldfarben oder in Anthrazit eloxiert) bequem öffnen lassen. Badu bietet individuellen Gestaltungsspielraum: Für die Bicolor Optik hat burgbad Bogenfronten und Regalrückwände in den Metallic-Oberflächen Kupfer, Bronze, Gold und Platin sowie Weiß im Angebot.



Badwettbewerb: neue Runde

Machen Sie mit und präsentieren Sie Ihre Badgestaltung zum Thema „Bäder mit Geschichten“

MARKETING: Durch die Teilnahme am Badplanungswettbewerb schaffen Sie eine einzigartige, authentische Marketingmaßnahme – ermöglicht durch unseren Verbundgedanken.



Die Teilnahme am Badwettbewerb ist ein einmaliges Akquiseinstrument. Weshalb? Ganz einfach: Sie zeigen hiermit nicht nur Ihre Kompetenz als Badspezialist gegenüber Ihren SHK-Kollegen, sondern sprechen auch Ihre Kunden mit den vorbereiteten Anzeigen, Texten und Website-Beiträgen an. Diese sind Teil des Marketingpakets, das

jeder Gewinner erhält. Machen Sie mit – und präsentieren Sie Ihr Bad mit Geschichte.

Denn genau das ist das Thema beim Wettbewerb zum Badplaner des Jahres 2020. Auch ein neues Bad hat bereits seine Geschichte: die Gründe Ihrer Kunden, weshalb sie sich für die Badrenovierung entschieden haben. Und diese Gründe sind oft voller Phantasie, Wünschen und kreativen Ideen. Zeigen Sie

uns, wie Sie mit Ihren Badplanungen die Träume Ihrer Kunden umgesetzt haben. Erzählen Sie uns die Geschichte, die zu dem einzigartigen Bad, das Sie realisiert haben, geführt hat.

Diese Story können Sie nach Ihrer Teilnahme super für Ihr regionales Marketing nutzen.

Einsendeschluss ist der

1. Februar 2020

Denn was ist schon aussagekräftiger, als diese authentische

Referenz, die Sie Ihren Kunden zeigen können? Und die Sie dann vielleicht als Gewinner eines Wettbewerbs – an dem über 900 Unternehmen teilnehmen können – auszeichnet? Unser Marketingpaket und der dazugehörige Leitfaden zeigen Ihnen, wie Sie Ihr Planungsbad als Marketinginstrument einsetzen.

Überzeugt? Wir freuen uns auf Ihr Bad mit Geschichte. (MMü)

Mitmachen!

Anmeldung zum Badwettbewerb über die Website:
<https://badwettbewerb.de/>



Das Titelmotiv des aktuellen Badwettbewerbs.

INFLUENCER MARKETING



*Video drehen, Meinung äußern und ab damit ins Netz:
Das gehört zum normalen Tagesablauf einer Influencerin.*

Next Steps beim Marketing: Neben Google-Anzeigen, optimierten Websites und Facebook-Seiten gibt es immer mehr Möglichkeiten, wie Sie die Bekanntheit Ihres eigenen Unternehmens erhöhen. Eine weitere Anlaufstelle in den Welten des Online-Marketings sind Influencer. Haben Sie davon schon gehört? Es handelt sich um Menschen, die auf Facebook und Instagram sehr viele „Freunde“ – also Follower haben. Dieses Netzwerk nutzen sie, um ihre Nachrichten an einen großen Nutzerkreis zu verbreiten.

Und da wir als Verbund selbst ein großes Netzwerk sind, liegt es doch nahe, unsere Botschaften gemeinsam mit diesen Menschen zu verbreiten. Unser Online-Marketing-Servicepartner OMB ermöglicht das Influencer-Marketing. Das heißt: Zugriff auf über 43.000 Influencer-Profile.

Die selbsterstellten Posts der Influencer weisen durch ihre hohe Authentizität enorm hohe Interaktionsraten auf. Die Zielgruppe wird passgenau definiert. So erhalten Sie auf besonders natürliche Art und Weise direkte Aufmerksamkeit über Facebook und Instagram in Ihrem Umfeld – ohne eigene Posts und Beiträge stärken Sie so die Bekanntheit Ihres Unternehmens. (TGö)

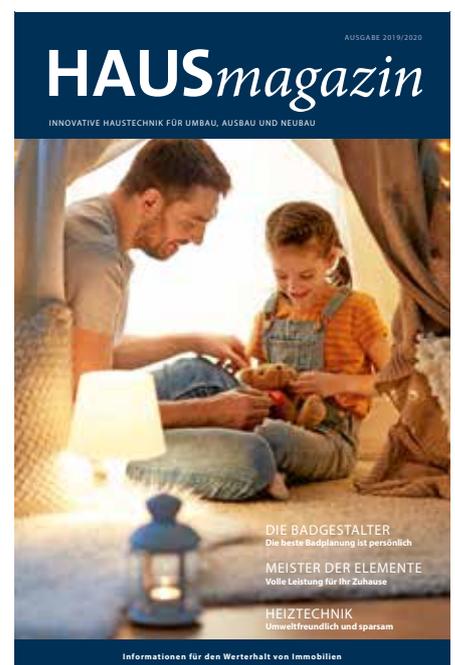
Das neue HAUSmagazin als Ihre eigene Publikation

Ein eigenes Magazin, mit Ihrem Portrait auf der ersten Seite – mit dem Sie Ihre Kunden ansprechen? Als einzelnes Unternehmen ist dies eine Kostenfrage. Das Magazin wird gestaltet, Inhalte ausgewählt, Bilder recherchiert, der Druck organisiert werden. Und nicht zuletzt erfolgt der Versand an Ihre Kunden.

Gut, dass es in unserem Verbund das HAUSmagazin gibt. Hiermit teilen Sie sich einen großen Teil der Kosten mit Ihren SHK-Kollegen.

Das HAUSmagazin wendet sich an renovierungsinteressierte Hausbesitzer. Neben technischen Informationen gibt es auch Hinweise auf Fördermöglichkeiten, aktuelle Entwicklungen und natürlich zum passenden Handwerksunternehmer vor Ort – Sie.

Seit dem Jahr 2012 haben wir mit einer Gesamtauflage von mehreren Millionen Exemplaren Endkunden im gesamten Bundesgebiet über umweltfreundliche Haustechnik und gute Badgestaltung informiert. Zum ersten Mal hatten Sie in diesem Jahr die Möglichkeit, das Heft zu Ihrer eigenen Hauspublikation zu machen: mit Ihrem Editorial und Ihrem Porträtbild auf der ersten Inhaltsseite. (MMü)



Das BADmagazin zeigt sich in jungem, frischem Layout.



Das BADmagazin wirbt für Ihre Badkompetenz

Wünschen Sie sich jedoch ein Magazin, welches Ihre Kompetenz als Badplaner in den Fokus stellt, ist unser BADmagazin genau das Richtige für Sie. Mit seinem neuen, modernen Design gibt es Ihren Interessenten klare Antworten und Orientierung bei deren Entscheidung für ihr neues Bad. Dass potenzielle Kunden den Weg zu Ihnen finden – das ist Ziel des BADmagazins. Auf 108 Seiten werden zahlreiche realisierte Kunden-Bäder vorgestellt, davon die sechs Bäder der Badplaner des Jahres 2019. Sonderseiten widmen sich den Themen „Teilsanierung“ und „Mehrgenerationen-Bad“. Mit unserer dazugehörigen Website sorgen wir außerdem dafür, dass Interessenten online – durch die PLZ-Suche – den Weg zu Ihnen finden.

Erstmals in diesem Jahr konnten Sie zwei Spezialseiten im BADmagazin buchen. Mit Ihrem Portrait und einem persönlichen Text wenden Sie sich an die Leser. (MMü)



ZUKUNFT GESTALTEN



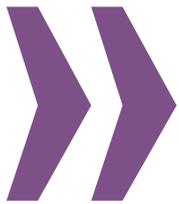
Das Marketingpaket beinhaltet alles, was Sie für eine Kampagne rund um Ihr BADmagazin benötigen, z.B. Website-Beiträge.

Auch, wenn Sie und Ihr Team momentan mit Aufträgen vollbeschäftigt sind – denken Sie an die Zukunft Ihres Unternehmens. Denn ob das in 5 bis 10 Jahren immer noch der Fall ist, kann Ihnen niemand garantieren. Und gerade in Zeiten, wo beispielsweise der Online-Handel auf dem Vormarsch ist, sollten Sie Ihr Unternehmen optimal am Markt positionieren. Denn es ist doch immer besser, aus einer starken Position heraus zu handeln. Und das geht im Verbund einfacher, als allein. Deshalb stellen wir Ihnen mit dem Marketingpaket des BADmagazins ausgewählte Maßnahmen zur Verfügung, mit denen aus Ihrem Magazin eine ganze Marketingkampagne entsteht. Anzeigen, E-Mail-Anschreiben, Presstexte, Beiträge für Ihre Website und Facebook-Posts: Ein beiliegender Leitfaden erklärt Ihnen, wie Sie diese Maßnahmen bestmöglich nutzen, Ihre Kunden und Interessenten ansprechen und Ihr Unternehmen fit für die Zukunft aufstellen. (TGö)

Neue Marketinglinie

Jetzt profitieren alle SHK-Mitglieder vom Gemeinschaftsmarketing MEISTER DER ELEMENTE

Sie wünschen sich Marketing-Unterstützung innerhalb Ihres Verbunds, der Aufwand einer Markenzertifizierung ist Ihnen jedoch zu groß? Dann sollten Sie definitiv weiterlesen.



Mit **MEISTER DER ELEMENTE** steht Ihnen ein schlankes, schlagkräftiges Marketingkonzept zur Verfügung. Es eignet sich ideal für alle SHK-Mitglieder, die gerne Marketing-Maßnahmen unseres Verbundes einsetzen möchten, den Aufwand der Markenpartnerschaft bei **DIE BADGESTALTER** mit Zertifizierung und erhöhtem Maß an Verpflichtungen jedoch scheuen oder für die eine solche Marke aus anderen Gründen nicht in Betracht kommt.

In der neuen Marketinglinie steht Ihnen das gewohnt breite Spektrum an Marketing-Dienstleistungen zur Verfügung. Für 9,90 € im Monat er-

halten Sie Zugang zu sämtlichen Marketing-Maßnahmen. Außerdem werden Sie auf der zentralen Seite www.meister-der-elemente.de unter der Postleitzahlensuche gefunden, wahlweise mit Ihrer eigenen oder mit Ihrer **MEISTER DER ELEMENTE**-Website.

Neu dieses Jahr: Eine Vielzahl an Servicepartnern, die sie z.B. im Online-Marketing tatkräftig unterstützen. Außerdem sind wir flexibler geworden. Unsere Umfrage ergab: Sie wünschen sich variable Aussendezeiten unserer Mailingkarten. Deshalb ist die Deutsche Post neuer Servicepartner.



MEISTER DER ELEMENTE



MEISTER DER ELEMENTE: Profitieren Sie von effektiven Marketing Maßnahmen unseres Verbundes.

In diesem Jahr wird es eine zentralgesteuerte Marketing-Aussendung der Mailingkarten im Mai 2020 geben – alles andere kann von Ihnen individuell über die Post zum Wunschtermin gebucht werden. Dabei haben Sie die Wahl zwischen 4 ansprechenden Motiven.

Auch das bewährte HAUSmagazin wird es künftig im MEISTER DER ELEMENTE-Look geben. So partizipieren Sie auch hier vom gemeinschaftlichen Marketing. Natürlich mit Ihrem Portrait und individuellem Text. Die ideale Gelegenheit, die Hausbesitzer in Ihrer Region auf Ihre Fachkompetenz vor Ort hinzuweisen.

Weil ein starker Auftritt auch als Arbeitgeber punktet, erhalten Sie als Teilnehmer am Gemeinschaftsmarketing mit dem neuen Konzept auch die

Neu: viele Servicepartner und individuelle Termine

Möglichkeit, sich mittels vorgefertigter Stellenanzeigen entsprechend zu präsentieren. Unterstützung gibt es in diesem Bereich über unseren Servicepartner Simonis Servicekultur®, die mit praxisnahen Trainings aufzeigt, wie Sie mit gemeinsam gelebten Markenwerten

lukrative Aufträge generieren können. Mit dem Gemeinschaftsmarketing gestalten wir gemeinsam die Zukunft des Handwerks – tragen Sie als Teil des Verbunds dazu bei.

Fragen? Wenden Sie sich gern an Ihren SHK-Ansprechpartner.



Marketinglinie

Mit den Motiven „Bad“ (oben zu sehen) oder „Heizung“ (links) machen Sie auf Ihr starkes Unternehmen aufmerksam. Die weiteren Motive finden Sie in der MEISTER DER ELEMENTE-Marketinglinie. Für 9,90 € im Monat nehmen Sie am Gemeinschaftsmarketing teil. Egal, ob mit eigenem Logo oder mit MEISTER DER ELEMENTE, im Verbund sind Sie präserter. Und teilen Kosten und Kompetenz.

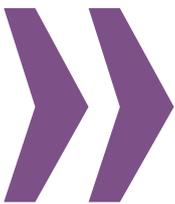


Professionell, persönlich und mit umfassenden Blick fürs Detail: Das macht unsere Badgestalter aus. Deshalb vereinen sich die teilnehmenden Unternehmen unter dem Claim „Die besten Momente sind persönlich.“

Ein mutiger Schritt voran

„Die besten Momente sind persönlich.“ Das macht unsere Marke wirklich aus.

Als Verbund tun wir das, was für unsere Gemeinschaft – für all unsere Mitglieder – am besten ist. Wie transportieren wir diesen Gedanken nun auf eine Marke für unsere Unternehmer/innen?



„Die besten Momente sind persönlich“ als Film:



Denn nichts ist so gut, als dass es nicht noch besser ginge. Unter diesem Motto haben wir – das sind primär der Kompetenzkreis Marketing und die SHK-Mitarbeiter/innen der Abteilung Marketing – uns in den vergangenen Monaten intensiv mit der Ausrichtung unserer Markenkonzeppte befasst. Beim „Aufräumen“ im Sinne der Gemeinschaft haben wir Strukturen angepasst. Mit unserer Gemeinschaftsmarke **DIE BADGESTALTER** schlagen wir ein neues Kapitel auf. Wir stellen uns die Frage: Wie schaffen wir es, dass überall, wo die Krone drauf steht, auch die Krone drin ist – ob in Hamburg, München oder an der Ostsee?

Hier geht es um das Markenvertrauen Ihrer Endkunden. Denn als solcher erwarte ich für den Umbau meines

Bades durch **DIE BADGESTALTER** in meiner Eigentumswohnung in München die gleiche Qualität, Sicherheit und Serviceklasse wie bei der Renovierung meiner Ferienwohnung an der Ostsee – ebenfalls durch **DIE BADGESTALTER**. Da geht es um Ruf, um Image, um Markenidentität.

Und einheitliche Qualität benötigt einheitliche Standards – diese werden wir definieren und in eine Wissensdatenbank überführen. Auf dieser Basis führt ein externer Zertifizierer dann die Markenzertifizierungen durch. Der Vorteil: Alle Badgestalter erhalten gleichzeitig die Chance, ihre betrieblichen Prozesse zu optimieren.

Außerdem fragen wir uns: Wie werden wir zu einer richtig starken Marke, mit Bekanntheit und Flächendeckung?

Das schaffen wir nur, wenn wir auch mit unserer Marke stets alle Mitglieder unseres Verbunds im Blick behalten. Konkret: Eine Marke, mit der sich viele identifizieren können, die sich nicht nur auf ein Spezialgebiet konzentriert, sondern ihren Rahmen erweitert – und damit stark wird. Natürlich mit der selben, ausgezeichneten Qualität, aber auch mit mehreren Gewerken wie Bad, Heizung, Küche und Elektro. Damit Sie als Markenteilnehmer die Möglichkeit haben, Ihr Können in allen Bereichen zu präsentieren – zusammen mit Ihren Markenkollegen als eine starke Gemeinschaft.

Gemeinsam werden wir zu einer starken Marke

Um das zu schaffen, heißt es: Raus aus dem Einheitsbrei. Das Design wurde bereits leicht überarbeitet: noch prägnanter, aufmerksamkeitsstärker und moderner. Perfekt für den hochwertigen Auftritt jedes einzelnen Markenunternehmens, perfekt für eine überregionale, starke Marke. Der neue Look und Feel gibt ein unverwechselbares Gesicht, das unsere Haltung, unseren Qualitätsanspruch und unsere Stellung im Markt unterstreicht.

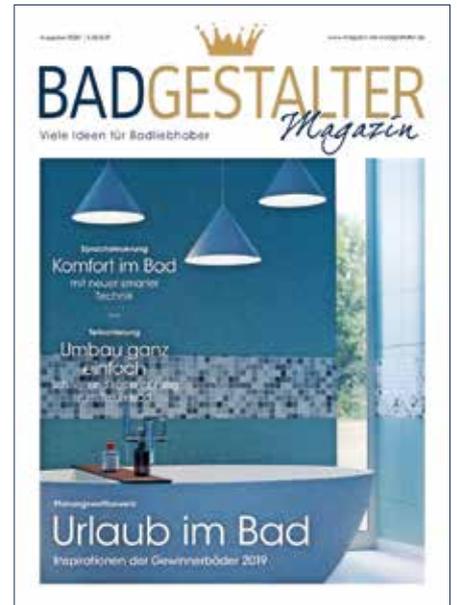
„Die besten Momente sind persönlich“ lautet der dazugehörige Claim der Badgestalter – der SHK-Handwerksun-

ternehmen unter der Krone. Inhaltlich stellen wir das, was uns ausmacht, auszeichnet und uns vom Wettbewerb abhebt in den Mittelpunkt: Die persönliche Beziehung zu unseren Kunden. Dieses Alleinstellungsmerkmal kommunizieren wir konsequent über unterschiedliche Medien.

„Aber das leben wir doch schon seit Jahren vor Ort.“, sagte ein Badgestalter beim letzten Markentreffen in Mainz. Eben, so soll es sein! Der Claim drückt das aus, was alle Badgestalter durch ihre hohen Standards und ihr Selbstverständnis schon sind.

In der neuen Marketinglinie gibt es eine Vielzahl an Maßnahmen, die individualisiert und lokal eingesetzt werden können. Ihr Unternehmen wird so unter der Krone in Ihrer Region bekannt. Und gleichzeitig wird die Krone das sichtbare Zeichen für handwerkliche Qualität auf höchstem Niveau – in Deutschland und Österreich. Und nur wer sichtbar ist, kann im medialen Zeitalter bestehen, weiter wachsen und sich gegen den aggressiven Wettbewerb behaupten.

Also, packen wir es gemeinsam an! Zusammen gestalten wir unsere unternehmerischer Zukunft. (SJU)



Eine der neuen Maßnahmen gab es bereits dieses Jahr: Das BADGESTALTERmagazin.



Raus aus dem Einheitsbrei: Der neue Look and Feel ist ausdrucksstark und modern.



Vom ersten Entwurf bis zur Eröffnung Ihrer neuen Ausstellung reicht der Service unseres SHK-Innenarchitektenteams.



Gemeinsam zum Erfolg

In Konzeptgesprächen entwickeln Sie zusammen mit unseren Architekten Ihre neue Ausstellung

SERVICE: Ihre Ausstellung braucht einen neuen Look, Sie wünschen sich ein modernes Technikcenter oder einen beeindruckenden Präsentationsraum für Ihre Kunden? Bei der Planung hierzu greifen Sie als SHK-Mitglied am besten auf unsere Architekten zurück.

Als vielversprechender Ansatz für eine Planung gilt für unseren Architekten Hanns Christian Hofmann ein Basis-Konzeptgespräch mit Ihnen als Auftraggeber. „Da vereinbaren wir einen Termin vor Ort unter der Voraussetzung, dass sich alle Entscheidungsträger hierfür Zeit nehmen. Das Ergebnis ist dann um Welten besser, als wenn ich alles allein vorgeben würde.“, sagt er.

Denn als Moderator, der Ideen aufgreift und sie mit seinem gestalterischen Wissen in Deckung bringt, sind ihm die persönlichen Gespräche besonders wichtig. Ein gutes Beispiel für

diese erfolgreiche Zusammenarbeit ist ein Detail in der neuen Ausstellung unseres Mitgliedsunternehmens WWS Haustechnik in Marktoberdorf. Dort steht eine prägnante Stahlwand mitten im Raum. Und diese besondere Idee stammt von einem Mitarbeiter der Firma: „Es wäre doch gut, wenn wir gemeinsam mit den Kunden festlegen könnten, in welcher Höhe ein Duschsystem für sie optimal montiert wird. Könnten wir da nicht mit einer magnetischen Wand arbeiten?“

Hofmann hat diese Idee aufgegriffen und das mit Schwarzstahl gestalterisch auf hohem Niveau umgesetzte Element



Bei unserem Mitglied WWS Haustechnik in Marktoberdorf haben unsere SHK-Innenarchitekten die Ausstellung neu gestaltet, mit schwarzer Stahlwand im Raum (oben), Besprechungsnische, integrierter Technik und exakter Lichtplanung (unten).

in die Ausstellung integriert. Auch bei weiteren Schritten in der Umsetzungsphase funktioniert diese Zusammenarbeit. Hofmann: „Wenn es beispielsweise um die Feinplanung einer Schrankwand geht, definiere ich im Gespräch mit dem Schreiner zunächst den gestalterischen Charakter und die Wirkung, die ich wünsche. Dann bringt mein Gegenüber sein handwerkliches Wissen ein und macht aus seinem Erfahrungsschatz heraus Umsetzungsvorschläge, die stimmig in das

Gesamtkonzept passen – optisch und funktional.“ Diesen Input greift

Hofmann wiederum auf und setzt ihn mit seinem architektonischen Wissen entsprechend in Szene.

Im Planungsgespräch mit Ihnen als Auftraggeber werden frühzeitig Material und Farbe für den Boden festgelegt, denn das hat Einfluss auf alle weiteren Entscheidungen im Raum. Hofmann: „Der Boden ist einer der ersten Bereiche, die fixiert werden sollten. Zum

Boden entstehen Harmonien und Kontraste, der Boden gibt die Vorgaben für die Wände. Haben wir uns erst einmal auf einen maßgeblich bestimmenden Belag verständigt, können wir davon ausgehend konsequente und richtige Entscheidungen bei den Oberflächen von Wand, Boden und Decke ableiten. Wir vermeiden so eine beliebige und später nicht mehr nachvollziehbare Materialwahl.“

Beim integrativen Gestaltungsprozess werden eine Vielzahl solcher Einflüsse aufgegriffen. Impulsgeber können dabei

nicht nur Sie selbst, sondern auch Ihre Mitarbeiter sein. Hofmann filtert die vielversprechenden Ideen im Gespräch heraus und entwickelt sie gemeinsam mit Ihnen weiter. Parallel entstehen bereits erste Handskizzen, die eine mögliche Umsetzung der Ideen abbilden. „Diese Zusammenarbeit ist unser Erfolgskonzept. Nur gemeinsam erhalten die beste Lösung.“, sagt Hofmann. (MMÜ)

Ideale Zusammenarbeit ist unser Erfolgskonzept



Service

Innenarchitekt Hanns-Christian Hofmann bietet Ihnen als SHK-Mitglied hochwertige Unterstützung bei gestalterischen und architektonischen Fragen rund um Ihre Ausstellung und die Firmendarstellung.

Kontakt: info@shknet.de

Telefon: 07251 93245-0



Sich gegenseitig beschenken – und zwar mit guten Ideen und Erfahrungen: Das ist die Grundlage einer erfolgreichen ERFA-Gruppe.

Ehrlicher Austausch

Gewinnbringendes Feedback von Ihren Kolleginnen und Kollegen prägt effektive ERFA-Arbeit

ERFA: Neben den Säulen Einkauf, Marketing und Service bilden unsere ERFA-Gruppen die Basis für die vertrauensvolle Zusammenarbeit in unserem Verbund. Wie sehen hier die Next Steps aus?



Stellen Sie sich folgendes Szenario vor: Sie selbst und Ihr Gegenüber besitzen jeweils einen Euro. Nun tauschen Sie diese miteinander. Danach hält jeder von Ihnen weiterhin einen Euro in der Hand. Ersetzt man die Münze nun jedoch durch eine gute Idee oder eine nützliche Erfahrung – was geschieht dann? In diesem Fall greifen Sie nach dem Austausch nicht nur auf Ihre eigene, sondern ebenfalls auf die Erkenntnis Ihres Gegenübers zurück. Das ist das simple Prinzip des

ERFA-Arbeit, die vierte Säule unseres Verbunds

Erfahrungsaustausches innerhalb unserer Kooperation. Auf das Wissen einer ganzen Gemeinschaft zurückgreifen und infolgedessen unternehmerische Erfolge feiern – davon lebt unsere ERFA-Arbeit. Sie profitieren dabei von der Ehrlichkeit Ihrer Kolleginnen und Kollegen. Jene Offenheit bringt die ein oder andere Entscheidung mit sich, die man als Einzelner so nicht getroffen hätte. Wie das in der Realität aussieht, lesen Sie in den ERFA-Berichten auf der nächsten Seite. (TGö)



ERFA X diesmal in Neu- brandenburg

Was gibt es besseres als die Meinung der Kollegen, um die eigene Ausstellung und Außendarstellung beurteilen zu lassen? Diese Möglichkeit nutzte Ulrike Bierkandt während der Tagung der ERFA X in ihrem Unternehmen. Die Teilnehmer/innen zeigten sich von der Außendarstellung sehr beeindruckt. Einige Zitate: „Die Ausstellung ist sehr stimmig.“ „Wir sehen einen deutlichen Wandel seit dem letzten Besuch.“ „Man fühlt sich wohl.“ Die 20 ERFA-Teilnehmer/innen rund um SHK-Mitarbeiterin Steffi Uhlmann arbeiteten zwei Tage intensiv an praktischen Verkaufsthemen im SHK Handwerk. Dabei thematisierte Referent Christian Wadsack den Unterschied zwischen Verkaufen und Präsentieren. (TGö)

CHEFtag in Österreich

Am 8. Oktober trafen sich 16 unserer Mitglieder aus Österreich zum Cheftag in Wels im Messeturm.

Unter der Moderation von Sven Mischel und SHK-Austria-Geschäftsführer Dietmar Zikmund besprachen die Teilnehmer die aktuelle Marktsituation in Österreich – und wie sie auf die Herausforderungen des Wettbewerbs strategisch am besten antworten.

Die Werkzeuge, die unsere Kooperation dafür zur Verfügung stellt, werden in Österreich sehr gut genutzt. Über 60 Prozent der Mitglieder setzen die Mailingkarten ein und nahezu 80 Prozent das BADmagazin.

Dietmar Zikmund: „Unsere Mitglieder kaufen nicht nur zusammen ein, sie nutzen ebenfalls unser gemeinschaftliches Marketing für einen starken Auftritt am Markt.“ (MMü)



Guter Tipp für die ERFA-Bayern

Die Firma Lochner in München war im Frühjahr Gastgeberin ihrer ERFA-Gruppe. Geschäftsführer Siegfried Lochner zeigte, dass auch kleine Tipps sehr wertvoll sind: „Bevor die Montage beginnt, begrüßen die Monteure den Bauherren mit einem Blumenstrauß. Das bleibt in Erinnerung. Nebeneffekt: Die Monteure werden während der Arbeit gut versorgt und erhalten mehr Trinkgeld.“ (MMü)

ERFA-Mitte analysiert Mitglied Gerloff in Oebisfelde

Tiefgehende Gespräche über Zahlen, Prozesse und Strukturen – diese fanden während der Tagung der ERFA-Gruppe „Mitte“ aufgrund des Einsatzes unseres neuen SHK-Online-Fragebogens statt. Analysiert wurden unter anderem die Ausstellung und das Lager der Gerloff Sanitärtechnik und Heizungsbau GmbH in Oebisfelde. Geschäftsführer Marco Gerloff präsentierte seine einzigartige Ausstellung in einem ehemaligen Umspannwerk sowie die Ablaufprozesse zur zügigen Erstellung und Bearbeitung von Heizungs- und Badangeboten. Das Feedback seiner ERFA-Kollegen zeigte die Auswertung des Fragebogens nach der Betriebsbesichtigung: Die guten Hinweise nimmt Gerloff in seine Unternehmensplanung auf. (TGö)



Marco Gerloff präsentiert die Organisation seines Kommissionslagers.

Die Zukunft des Handwerks

... liegt in Ihren Händen – als ein Teil unserer Kooperation. Denn gemeinsam erreichen wir mehr.

Und um diese Zukunft aktiv zu gestalten, laden wir Sie zu unseren Veranstaltungen ein. Ob Regionaltag, Kompetenzkreis, ERFA-Termin oder Jahreskongress: Wir freuen uns auf Sie.



Solidarität, Ehrlichkeit, Vertrauen: Das sind die Werte einer Genossenschaft. Werte, die wir in unserem Verbund leben. Werte, die wir beim direkten Austausch am intensivsten spüren. Denn was im Verbund zählt, ist nicht die Arbeit eines Einzelnen – es ist die solidarische, ehrliche und vertrauensvolle Zusammenarbeit einer ganzen Gemeinschaft. Für Einzelkämpfer ist bei uns

kein Platz, ebenso wenig für Egoismus und Illoyalität.

Denn wir sind dann am stärksten, wenn unsere Gemeinschaft so oft wie möglich zusammenkommt. Um sich mit Kolleginnen und Kollegen auszutauschen, um ehrliche Antworten auf Fragen zu erhalten, um die Next Steps unserer Kooperation zu prägen. Seien Sie mit dabei. (TGö)

Rücken Sie mit uns weiter vor auf Zukunft.

TERMINKALENDER



- » **Regional- und Markentag,**
21./22.11.2019, Leipheim bei Ulm
 - » **Fit for Future Abschlussmodul**
30./31.01.2020, Montabaur
 - » **Chef-ERFA**
05./06.02.2020, Bruchsal / Karlsdorf
 - » **ERFA Mitte**
28./29.02.2020, Gifhorn
 - » **Fachstudium Dipl. Badgestalter**
02./03.03.2020, Potsdam
 - » **ERFA III**
12./13.03.2020, Gelenau
 - » **ERFA II**
20./21.03.2020, Abensberg
 - » **Kompetenzkreise**
24.-26.03.2020, Meiningen
 - » **ERFA Bayern**
26./27.03.2020
 - » **ERFA X**
01./02.04.2020, Leipzig
 - » **Marketingtag,**
14.05.2020, Düsseldorf
 - » **SHK Jahreskongress,**
14.-16.05.2020, Düsseldorf
 - » **ERFA X**
09./10.09.2020, Gera
 - » **ERFA Fachstudium**
10./11.09.2020, Hannover
 - » **Kompetenzkreise,**
29.09. - 01.10.2020
 - » **ERFA Erfolg,**
16./17.10.2020
 - » **ERFA Bayern,**
22./23.10.2020
 - » **ERFA Mitte,**
23./24.10.2020, Clenze
 - » **ERFA III,**
12./13.11.2020, Mihla
- Nicht bekannte Orte werden noch kommuniziert!**

Lösung einschicken und gewinnen

| | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----------------------------|---------------------|----------------------------------|------------------------|---------------------------|--|----------------------------|-----------------------------|----------------------------|----------|----------------------------|----|---------------------------|--------------------|---------------|-----------------|---------------------|
| Teil von Wärmelanlagen | französisch: Gesetz | Strom erzeugender Betrieb (kurz) | Hochgebirgsmulde | sahnig, schaumig | | modern, aktuell | ge-salzener Roggen vom Stör | Transportgerät für Kranke | | wichtiger Werkstoff | | Vorname von Capone † | auf Rädern bewegen | | indischer Asket | Wahrzeichen Moskaus |
| Handwerker | | 18 | | | | | | | | altes Kartenspiel | | 8 | | | | |
| US-Staat im Mittelwesten | 11 | | | Kurzform von Elena | | 14 | | entsprechend, gleichartig | | | 13 | | | | Stadtteil | |
| Verschönerung, Schmuck | | | 12 | salopp: modisch, angesagt | | unbestimmt | 10 | | | kleines Tier, Gliederfüßer | | im TV direkt übertragen | | 5 | | |
| Gefäß für flüssiges Fett | Senkblei | | neuseeländische Frucht | | | | | deutsche Vorsilbe: schnell | 4 | | | Stadt in Ostfrankreich | | kurz: in dem | | 9 |
| | | | | | | 1 | falsche Zeitungsmeldung | Körper | Vorfahre | | | Stück Tuch am Schiffsmast | | | | |
| auf diese Art | 7 | | flüchtiger Brennstoff | Großmutter | | amtlich verkünden | | | | | | | 6 | Handelsbrauch | | mittellos |
| | | | 15 | | | | | Liebesbund | | 17 | | an welcher Stelle | Frauenname | | | |
| Germanen | Amerikaner (kurz) | | 3 | | | lebenswichtige Flüssigkeit | | | | | | | | | | 16 |
| italienischer Nudelauflauf | | | | | | | 2 | harter Baustoff | | | | 19 | Grottenmolch | | | |

RM224983 201903

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|

| | | | | | | | | | |
|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 |
|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|



Zu gewinnen gibt es diesmal einen Akku-Winkelschleifer, gestiftet von Würth.
Herzlichen Dank dafür!

Mailen Sie die Lösung bis Sonntag, 05. Januar 2020

, an:
redaktion@shknet.de
oder faxen Sie an:
+49 (0)7251 93245-99.



Gewinnübergabe

Gabriele Konczir von der Firma Hans Hunger GmbH in Wien ist die glückliche Gewinnerin des Kreuzworträtsels aus dem vorigen SHKmagazin. Sie sagte bei der Gewinnübergabe: „Bei unserer SHK kooperieren nur die Besten miteinander und profitieren davon.“ – In diesem Fall war der Kooperationspartner Hansgrohe, der drei Raindance Select S Brausen gestiftet hat. (MMü)

Vorname:

Nachname:

Firma:

Straße:

PLZ/Ort:

Telefon:

E-Mail:

Kraftvoller Preis

Unter den richtigen Einsendungen dieses Kreuzworträtsels verlosen wir einen kompakten Akku-Winkelschleifer für mittelschwere Schrupp- und Trennarbeiten, der von Würth nach den Anforderungen von Handwerkern entwickelt wurde. Totmannschalter und Bremsfunktion sorgen für einen schnellen Scheibenstopp, wenn der Schalter losgelassen wird. (MMü)



Happy D.2 Plus. Form, Farbe und Komfort.

Die aktuellen Trends in einer neuen Badserie vereint: ikonische Formgebung harmonisch abgerundeter Ecken. Anthrazit Matt raffiniert kombiniert oder expressiv kontrastierend. Helle und dunkle Holztöne, samtmatte Oberflächen, sanft gleitende grifflose Auszüge mit Selbsteinzug und Innenbeleuchtung. Design by sieger design. Noch mehr Baddesign unter www.duravit.de

