Si

Das Fachmagazin für SHK-Unternehmer

Si Spezial

MARKETINGPREIS 2017
für das deutsche SHK-Handwerk

BEST OF SHK AWARD 2017
Kategorien: Marketing, Sanitär,
Heizung sowie Lüftung/Klima

WIR SIND SHK!

20-JÄHRIGES JUBILÄUM

Chefredakteur Maximilian Döller

Der „Marketingpreis für das deutsche SHK-Handwerk“ feierte Jubiläum. Bereits zum 20. Mal wurde er nun schon vergeben. In diesem Jahr am Festabend der *Si* im Rahmen der ISH in Frankfurt am Main vor rund 200 Gästen aus Handwerk und Industrie.
Die vom SHK-Fachmagazin *Si* vor zwei Jahrzehnten ins Leben gerufene Auszeichnung würdigt die Anstrengungen von Handwerksbetrieben im Sinne von Markt- und Kundenorientierung. Der „Marketingpreis für das deutsche SHK-Handwerk“ sieht sich aber immer wieder auch als politischer Preis – politisch im positiven Sinne. Natürlich ist nicht jeder ausgezeichnete Betrieb rundum perfekt. Aber wir sind davon überzeugt, dass jeder ausgezeichnete Betrieb der Branche einen Impuls geben kann, der sie weiterbringt. Damit ist gemeint: Die Branche hat ein Problem und wir können unter anderem einen Lösungsvorschlag in Form eines Preisträgers und einer Sache anbieten, die einzigartig oder zumindest vorbildhaft erledigt wird. Vor allem aber soll der „Marketingpreis für das deutsche SHK-Handwerk“ mit seinen aufgezeigten Beispielen Mut machen und Anregungen liefern, es nachzumachen. Seit Bestehen wurde schon 56. Mal diese Auszeichnung an besondere SHK-Unternehmen verliehen. Die drei Marketingpreisträger 2017 finden Sie auf den Seiten 10 bis 15.

Innovative Leistungen der SHK-Industrie werden nun seit sieben Jahren ausschließlich von den Leserinnen und Lesern der *Si* gewählt und mit dem „Best of SHK Award“ gewürdigt. Insgesamt 72 Einreichungen stellten sich für 2017 der großen *Si*-Leserwahl und damit dem objektiven Urteil des SHK-Handwerks. Abgestimmt wurde dieses Jahr in vier Kategorien: Marketing, Sanitär, Heizung und Lüftung/Klima. Mit durchgeführt und ausgewertet hat die *Si*-Leserwahl der JMS Augsburg e.V. Die jeweiligen Gewinner der „Best of SHK Awards“ präsentieren wir Ihnen auf den Seiten 24 bis 27.
Bedanken möchte ich mich noch bei den diesjährigen Sponsoren des Marketingpreises, den Unternehmen Buderus Deutschland, BWT und Grundfos. Unterstützt hat uns auch die Messe Frankfurt und als Medienpartner trat die *Deutsche Handwerks Zeitung* auf. Und nun wünsche ich viel Vergnügen beim Durchblättern unseres *Si* Spezial!

Ihr

Maximilian Döller
maximilian.doeller@at-fachverlag.de

Si IMPRESSUM

Si Spezial* ist eine Sonderveröffentlichung der *Si
Das Fachmagazin für SHK-Unternehmer
www.si-shk.de, 43. Jahrgang

Herausgeber
Alexander Holzmann

Redaktionsanschrift
AT-Fachverlag GmbH
Redaktionsbüro Bad Wörishofen
Gewerbestraße 2, 86825 Bad Wörishofen

Chefredaktion
Maximilian Döller (verantwortlich im Sinne des Presserechts) (md)
Tel.: +49/8247/354-206
maximilian.doeller@at-fachverlag.de

Redaktion
Michael Pecka (mp)
Tel.: +49/8247/354-207
michael.pecka@at-fachverlag.de

Inga Ervig (ie)
Tel.: +49/8247/354-208
inga.ervig@at-fachverlag.de

Daniel Krause (dk)*
Tel.: +49/8247/354-209
redaktion.si@at-fachverlag.de

Chefin vom Dienst (CvD)
Inge Holzmann (hi)*
Tel.: +49/8247/354-106
inge.holzmann@at-fachverlag.de

Verlag
AT-Fachverlag GmbH
Wilhelm-Pfitzer-Str. 28, 70736 Fellbach
Tel.: +49/711/952951-0
Fax: +49/711/952951-99
www.at-fachverlag.de
HR Amtsgericht Stuttgart HRB 3949
USt-IdNr. DE 147831192 Handelsregister
Amtsgericht Stuttgart HRB 3949
Die AT-Fachverlag GmbH ist ein Unternehmen der Holzmann Medien GmbH & Co. KG
HR Amtsgericht Memmingen HRA 5059

Geschäftsführung
Alexander Holzmann

Verlagsleitung
Anzeigen – Vertrieb – Marketing
Jan Peter Kruse

Anzeigenleitung
Christine Keller (verantwortlich)*
Tel. +49/8247/354-159
christine.keller@at-fachverlag.de
* Holzmann Medien GmbH & Co. KG
Gewerbestraße 2
86825 Bad Wörishofen
namens und im Auftrag von
AT-Fachverlag GmbH

Foto: Rohde Fotografie e.K.

INHALT

Zum 20. Mal wurde der „Marketingpreis für das deutsche SHK-Handwerk“ und zum 7. Mal der „Best of SHK Award“ verliehen. Der Festabend der *Si* – Das Fachmagazin für SHK-Unternehmer fand im Rahmen der ISH Frankfurt mit rund 200 Gästen statt.

2 **Editorial**

4 **Die Branchen-Besten**
Charaktertypen mit Ideen

9 **Marketingpreis-Jury 2017**
Markt- und Kundenorientierung im SHK-Handwerk

PREISTRÄGER

10 **Marketing mit der Kundendatenbank**
Marketingpreisträger 2017

12 **Logger statt Blindflug**
Marketingpreisträger 2017

14 **Heizungen als „Special Edition“**
Marketingpreisträger 2017

24 **Deutschland tauscht aus**
Best of SHK Award in der Kategorie Marketing

25 **So interaktiv kann Duschen sein**
Best of SHK Award in der Kategorie Sanitär

26 **Effiziente und komfortable Systemlösung**
Best of SHK Award in der Kategorie Heizung

27 **Effizienz und Wirtschaftlichkeit in einem**
Best of SHK Award in der Kategorie Lüftung

SPONSOREN

16 **In wenigen Minuten betriebsbereit**
Smart Service Key

18 **Auf sie ist Verlass**
BWT-Trinkwasserprofis

20 **Doppelter Nutzen**
Grundfos Alpha3

22 **Gute Stimmung und positive Bilanz**
ISH 2017

Fotos: Schuchrat Kurbanov

Die strahlenden Gewinner des „Marketingpreises für das deutsche SHK-Handwerk“ (v.r.n.l.): Laudator und Sponsorenvertreter Ingo Landwehr, Direktor Marketing & Business Development D-A-CH der Grundfos GmbH; Marketingpreisträger Bernd Elvert, *Si*-Chefredakteur Maximilian Döller, Marketingpreisträger Carmen und Uwe Düster, Marketingpreisträger Joachim Scheel und Laudator sowie Sponsorenvertreter Stefan Weber, Leitung Vertriebsbereich West von Buderus Deutschland.

Charaktertypen mit Ideen

DIE BRANCHEN-BESTEN

Der „Marketingpreis für das deutsche SHK-Handwerk“ und der „Best of SHK Award“ für Leistungen der SHK-Industrie machten am Abend des 15. März die ISH in Frankfurt am Main um einen Event reicher. Sieben Unternehmen konnten am Ende der Veranstaltung die begehrten Auszeichnungen mit nach Hause nehmen.

Rund 200 Gäste versammelten sich am Abend des zweiten ISH-Messetages im Saal „Illusion“. Hier sollte bereits zum 20. Mal der „Marketingpreis für das deutsche SHK-Handwerk“ und zum 7. Mal der „Best of SHK Award“ verliehen werden. Neben zahlreichen kreativen Ideen und Konzepten sorgten stimmungsvolle Livemusik und ein schmackhaftes Buffet für gute Stimmung im Festsaal. Moderatorin Angelika Demmerschmidt führte wie schon in den vorherigen Jahren unterhaltsam durch das Programm. Gekürt wurden drei SHK-Handwerksunternehmen sowie vier SHK-Industrieunternehmen aus Deutschland. BWT, Buderus Deutschland und Grundfos sowie die *Deutsche Handwerks Zeitung* als Medienpartner unterstützten die Preisverleihung und trugen somit zu ihrem Erfolg bei.

20 Jahre Marketingpreis

Der Marketingpreis wurde 1997 von dem damaligen *Si*-Chefredakteur Holger Siegel ins Leben gerufen. Der studierte Be-

An die 200 Vertreter aus Industrie und Handwerk folgten der Einladung zum Festabend und zur feierlichen Preisverleihung durch *Si*.

triebswirt suchte nach einem Weg, um erfrischendes, unkompliziertes Marketing im Handwerk auszuzeichnen. Gemeinsam mit ihm standen in Frankfurt am Main Dirk Schmitz (Leiter Kommunikation & PR bei Grundfos) auf der Bühne, der seit 20 Jahren bei keiner Marketingpreisverleihung gefehlt hat, sowie Claus Kissel, Marketingpreisträger aus dem Jahr 2002. Gemeinsam berichteten sie über die Geschichte des Preises, angefangen von der ersten Jurysitzung, die keiner der Beteiligten Juroren so leicht vergessen sollte. Seitdem werden SHK-Unternehmer für kreatives und kundennahes Marketing im Rahmen einer Preisverleihung gelobt. Dass hinter guten Ideen häufig besondere Menschen stecken, beweisen die Lebens- und Firmengeschichten so mancher Preisträger, die, so gibt Siegel zu, gelegentlich zu Tränen rührten. Der Preis sollte nicht nur das Image der SHK-Handwerker verbessern, denen oft genug das Bild vom „Räuber in Latzhosen“ anhaftete. Überdies sei er von Grund auf politisch, erklärt Maximilian Döller, heutiger Chefredakteur der *Si*: „Politisch in positivem Sinne. Uns ist klar, dass nicht jeder Betrieb, der ausgezeichnet wird, rundum perfekt ist. Aber wir glauben, dass jeder ausgezeichnete Betrieb der Branche einen Impuls geben kann, der sie weiterbringt. Und politisch bedeutet: Die Branche hat ein Problem und wir einen Lösungsvorschlag in Form eines Preisträgers und einer Sache, die der einzigartig oder zumindest vorbildhaft erledigt.“ Handwerksmeister und -unternehmer Claus Kissel räumte 2002 den Marketingpreis ab. Er hat früh erkannt, dass technische Kompetenz zwar wichtig, aber bei weitem nicht alles ist. „Deshalb habe ich mich früh mit Organisation und Kundenorientierung auseinandergesetzt. Die Laudatio der Jury lautete, glaube ich: Die beste Werbung ist, wenn alles klappt“, erklärt der SHK-Spezialist aus Karlsruhe

Fotos: Schuchrat Kurbanov

Eröffnet wurde der *Si*-Branchenabend von Alexander Holzmann, *Si*-Herausgeber und geschäftsführender Verleger des AT-Fachverlags.

Über ihre Marketingpreisauszeichnung freuen sich Carmen und Uwe Düster (Mitte). Die Laudatio sprach *Si*-Chefredakteur Maximilian Döller (links). Moderatorin Angelika Demmerschmidt gratulierte.

Grundfos gewinnt den „Best of SHK Award 2017“ in der Kategorie Marketing für „Deutschland tauscht aus“ (v.r.n.l.): Alexander Holzmann, *Si*-Herausgeber und geschäftsführender Verleger AT-Fachverlag, Dirk Schmitz, Leiter Kommunikation & PR Grundfos, Ingo Landwehr, Direktor Marketing & Business Development D-A-CH Grundfos, Moderatorin Angelika Demmerschmidt und *Si*-Chefredakteur Maximilian Döller.

Hansgrohe gewinnt den „Best of SHK Award 2017“ in der Produktkategorie Sanitär mit „Axor One“ (v.r.n.l.): Moderatorin Angelika Demmerschmidt, Alexander Holzmann, *Si*-Herausgeber und geschäftsführender Verleger AT-Fachverlag, Stefan Schraff, Leiter Marketing Deutschland Hansgrohe, und *Si*-Chefredakteur Maximilian Döller.

und erinnert sich: „Mir war klar, dass der Preis eine Kombination aus Hol- und Bringschuld ist. Als wir den Preis auf der ISH verliehen bekommen haben, lief ein Programm zur Selbstvermarktung an. Marketingpreis verpflichtet schließlich.“

Feierliche Eröffnung

Verleger Alexander Holzmann eröffnete den Abend und würdigte die 20-jährige Geschichte des Marketingpreises auch als Erfolgsgeschichte für die Branche. „Erfolg im Handwerk – das zeigt der Preis – ist ganz häufig auch verknüpft mit besonderen Menschen, mit echten Charaktertypen, die ihre Ideen auch gegen den Strom der Massenmeinung vorantreiben.“ Carmen und Uwe Düster aus Köln gehören zu diesen Charaktertypen. In ihrem Unternehmen kommen sie ohne Werbung aus und wollen künftig sogar auf ein Geschäft in Lauflage verzichten. Dabei konzentrieren sie sich auf die Zielgruppe der jungen und jüngeren Alten. Ihre Kunden schöpfen sie aus dem Bestand ihrer Kundendatenbank – 1.500 Heizungswartungsverträge finden sich darin. Jede Heizungswartung ist ein Kontakt zu einem langjährigen Kunden und die Möglichkeit, den Bedarf für ein neues Bad vor Ort zu ermitteln. Das hat die fünfköpfige Branchenjury überzeugt, die das Ehepaar mit dem ersten Marketingpreis auszeichnete.

Den nächsten erhielt Joachim Scheel aus Itzehoe. Der Handwerksunternehmer hat einen Datenlogger für Heizungen entwickelt, der Schwachstellen zwischen der handwerklich gefertigten Hydraulik der Wärmeverteilung und dem Industrieprodukt Wärmeerzeuger dokumentieren und abstellen hilft. Das Produkt ist eine klassische Beratungs- und Daten-Interpretationsleistung, die in der Praxis schon Heizungsanlagen

Marketingpreisgewinner Joachim Scheel (2. v. l.). Die Laudatio sprach Stefan Weber, Leitung Vertriebsbereich West von Buderus Deutschland (rechts). Moderatorin Angelika Demmerschmidt und *Si*-Chefredakteur Maximilian Döller (links) gratulierten.

Marketingpreisträger Bernd Elvert (2. v. l.) freut sich über seine Auszeichnung. Die Laudatio hielt Ingo Landwehr, Direktor Marketing & Business Development D-A-CH der Grundfos GmbH (2. v. r.). Moderatorin Angelika Demmerschmidt und *Si*-Chefredakteur Maximilian Döller (links) gratulierten.

Danfoss gewinnt den „Best of SHK Award 2017“ in der Produktkategorie Heizung mit „Danfoss Link“ (v.r.n.l.): Moderatorin Angelika Demmerschmidt, Alexander Holzmann, *Si*-Herausgeber und geschäftsführender Verleger AT-Fachverlag, Monika Nordmann, Regional Director Marketing CER Danfoss, und *Si*-Chefredakteur Maximilian Döller.

Helios gewinnt den „Best of SHK Award 2017“ in der Produktkategorie Lüftung/Klima mit „KWL EC 45 EcoVent Verso“ (v.r.n.l.): Moderatorin Angelika Demmerschmidt, Alexander Holzmann, *Si*-Herausgeber und geschäftsführender Verleger AT-Fachverlag, Christian Schmitz-Eckert, Leiter Vertrieb und Marketing National Helios, und *Si*-Chefredakteur Maximilian Döller.

durch reine Einstellarbeit, aber ohne Investitionen, um zirka 30 % effizienter arbeiten ließ. Bernd Elvert aus Gesthaacht erhielt den dritten Marketingpreis und wurde von der Jury bewusst als Aktionsmarketing positioniert. Zum 20-jährigen Bestehen seines Unternehmens hatte Elvert 20 Heizkessel mit künstlerischen Motiven ausgestattet und im Rahmen einer Art Kunstauktion an seine Kunden verkauft. Für *Si*-Chefredakteur und Jurymitglied Maximilian Döller zeigt Elvert mit seiner Idee, die in der Region große Aufmerksamkeit erregte, dass Marketing auch auf der Projekteebene preiswürdig sein kann.

Preise für die Industrie

Bei derselben Veranstaltung wurden auch die „Best of SHK Awards“ verliehen. Die Leserinnen und Leser der Zeitschrift *Si* stimmen bei diesem Industrie-Award über Produktinnovation sowie Marketingkonzepte ab. Insgesamt stellten sich 72 Einreichungen in vier Kategorien der Wahl : In der Sanitärkategorie siegte Hansgrohe vor Bette und Artweger, bei den Heizungsprodukten Danfoss vor Kermi und Brötje, bei Lüftung/Klima überzeugte Helios vor Zehnder und Maico. Die besten Marketingkonzepte der Industrie kommen in der SHK-Branche von Grundfos, Hansgrohe und BWT.

Im Anschluss an die Preisverleihung bestand für alle Anwesenden die Möglichkeit zum Austausch und auch zum Netzwerken. Wie bereits zum Veranstaltungsauftakt begleitete die Band „Acoustic Club“ das Beisammensein musikalisch. ■

www.si-shk.de

Fotos: Schuchrat Kurbanov

Ließen in einer Gesprächsrunde mit Moderatorin Angelika Demmerschmidt „20 Jahre Marketingpreis für das deutsche SHK-Handwerk“ Revue passieren (v.r.n.l.): Dirk Schmitz, Leiter Kommunikation & PR Grundfos, der 20 Jahre lang bei keiner Preisverleihung gefehlt hat. Claus Kissel, Marketingpreisträger des Jahres 2002 und Handwerksunternehmer aus Ehningen. Holger Siegel, von 1993 bis 2000 Chefredakteur der *Si*, Initiator des Marketingpreises und seither als Jurymitglied und in der Vor-Ort-Kommission all die Jahre dabei. Und *Si*-Chefredakteur Maximilian Döller.

Mit musikalischer Untermalung durch die Liveband „Acoustic Club“ lauschten die Gäste des *Si*-Festabends interessiert der Chartshow „20 Jahre Marketingpreis“ und hatten ausreichend Gelegenheit sich auszutauschen und das Essen zu genießen.

Si ONLINE

Vom Film zur Veranstaltung über die Videos zu den Preisträgern und ihren Gewinnerkonzepten bis hin zur *Si*-Awards-Bildergalerie haben wir für Sie alles Wichtige in unserer Mediengalerie unter *www.si-shk.de* zusammengefasst – an- und durchklicken lohnt sich!

QR-Code zum Film „Preisverleihung“. QR-Code zur „Bildergalerie“.

Zum 20. Mal verlieh die *Si* den „Marketingpreis für das deutsche SHK-Handwerk“. Der „Best of SHK Award“ wurde zum 7. Mal verliehen.

Fotos: Schuchrat Kurbanov

In diesem Jahr setzte sich die Jury zum „Marketingpreis für das deutsche SHK-Handwerk“ aus folgenden Personen zusammen (v. l.): Georg Reuss, Vertreter der Marketingpreisträger 2016; Lothar Walter, Schulleiter der Heinrich-Meidinger-Schule, der Bundesfachschule für Sanitär- und Heizungstechnik in Karlsruhe; Holger Siegel, Geschäftsführer id pool; Birgit Jünger, Referatsleiterin Betriebswirtschaft/Marketing beim Zentralverband Sanitär Heizung Klima (ZVSHK) und Maximilian Döller, Juryvorsitzender und *Si*-Chefredakteur.

Markt- und Kundenorientierung im SHK-Handwerk

MARKETINGPREIS-JURY 2017

Der „Marketingpreis für das deutsche SHK-Handwerk“ möchte mit seinen Preisträgern immer wieder auch eine Botschaft an die Branche richten und dabei Anregungen geben, sich gut, kundennah und marktorientiert zu verkaufen.

Eine zentrale Zielgruppe dieses Marktes sind die Verkaufsaktiven. Genau diese Funktion des Handwerks soll nach wie vor in den Fokus gerückt werden. Und der „Marketingpreis für das deutsche SHK-Handwerk“ liefert hierbei die kreativen und innovativen Ideen von mutigen Unternehmern, dynamischen Handwerkern oder auch kundenorientierten Geschäftsmänner. Ihre von einer Fachjury gewählten Konzepte sollen schließlich beispielhaft aufzeigen und zugleich einladen zum Nachahmen.

Marketing ist Orientierung am Markt, am Kunden und damit klare Kundenorientierung. Hierauf achtet auch die Marketingpreis-Jury immer ganz genau, wenn es um die Ermittlung der Gewinnerkonzepte im SHK-Handwerk geht. Dieses Jahr standen aus den zahlreichen Einreichungen folgende Nominierungen zur Wahl: Düster Sanitär und Heizungsbau GmbH aus Köln mit „Marketing mit der Kundendatenbank“. Adam Koch GmbH & Co. KG aus Oberursel mit „Ausstellungskonzept nach dem Motto weniger ist mehr“. Nabenhauer GmbH und Co. KG aus Meßkirch mit „Keine Ausstellung, sondern Wohnlichkeit verkaufen“. Stuckenberg Haustechnik aus Auetal mit „Solar speist Wärmepumpe: Autarkie im Altbau“. Scheel-Haustechnik GmbH & Co. KG aus Itzehoe mit „Heizung und Wärmeverteilung optimiert: Logger statt Blindflug“. Und Bernd Elvert Heizung & Sanitär aus Geesthacht mit „Zum 20. Firmengeburtstag Heizungen als ‚Special Edition‘“.

Immer wieder ist es keine leichte Aufgabe für die Marketingpreis-Jury, die einzelnen Konzepte zu bewertet und darüber abzustimmen. Ihr gehörten zum „Marketingpreis für das deutsche SHK-Handwerk 2017“, der dieses Jahr zum 20. Mal von *Si* – Das Fachmagazin für SHK-Unternehmer verliehen wurde, folgende Personen an: Birgit Jünger, Referatsleiterin Betriebswirtschaft/Marketing beim Zentralverband Sanitär Heizung Klima (ZVSHK – *www.zvshk.de*); StD Lothar Walter, Schulleiter der Heinrich-Meidinger-Schule, der Bundesfachschule für Sanitär- und Heizungstechnik in Karlsruhe (*www.hms.ka.bw.schule.de*); Georg Reuss als Vertreter der Marketingpreisträger 2016 (*www.georgreuss.de*); Holger Siegel, Geschäftsführer id pool (*www.id-pool.de*); und Maximilian Döller, Juryvorsitzender und *Si*-Chefredakteur.

Den vorangegangenen Seiten dieses *Si* Spezial konnte ja schon entnommen werden, auf welche drei SHK-Handwerksunternehmen man sich einstimmig festgelegt hat. Etwas ausführlicher werden die drei Gewinner-Konzepte noch auf den nächste Seiten präsentiert. Dank und Anerkennung möchte die Jury auch den leider nicht zum Zug gekommenen SHK-Handwerkern für ihre Teilnahme und spannenden Konzepte aussprechen.

Übrigens: Alle Präsentationsvideos zu den sechs SHK-Handwerksunternehmen und ihren eingereichten Konzepten finden sich in der Mediengalerie „Bilder & Videos“ der *Si*-Homepage. ■

www.si-shk.de

Foto: Si

MIT GANZEM HERZEN
FÜR SCHÖNE BÄDER.
SEIT 50
düster
HEIZUNGEN & BÄDER
foresMind
Institut
für angewandte Persönlichkeitsentwicklung

Carmen und Uwe Düster mit dem „Marketingpreis für das deutsche SHK-Handwerk 2017“.

Marketingpreisträger 2017

MARKETING MIT DER KUNDENDATENBANK

Die Düster Sanitär und Heizungsbau GmbH aus Köln schafft es äußerst erfolgreich, bei ihren Heizungs-Bestandskunden das Interesse für ein altersgerechtes Bad zu wecken und sie zu Bad-Neukunden zu machen.

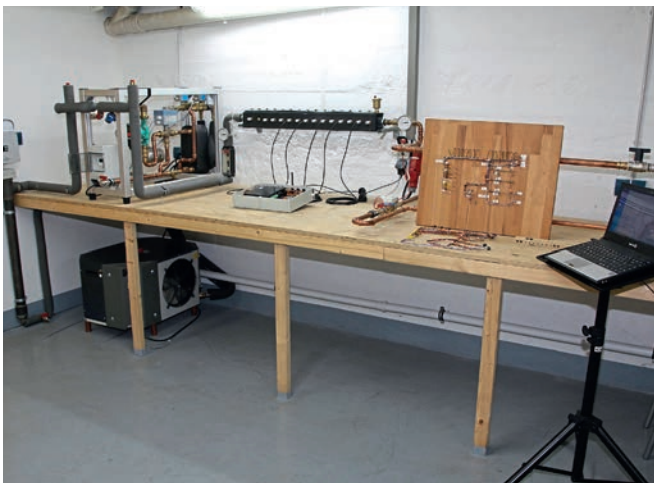
Carmen und Uwe Düster führen einen Handwerksbetrieb in zweiter Generation und das Vermächtnis des Firmengründers sind 1.500 Heizungswartungsverträge. Hier schöpfen die Düsters aus dem Vollen. Aber wie macht man aus Heizungs-Bestandskunden zufriedene Komplettbadkunden? Die Düsters haben ein System entwickelt: Mit Empathie für die Zielgruppe der älteren Menschen und einer cleveren Analyse des Wartungsgeschäfts: „Unsere Chance ist doch, dass unser Servicetechniker einmal im Jahr beim Kunden daheim sein darf.“
Die Servicetechniker der Düsters sind geschult und fungieren als „Inspektoren“. Bei jeder Heizungswartung führt sie der Weg ins Bad, um die Heizkörper zu entlüften und mal nach dem Rechten zu sehen. Der Zustand des Bades und die körperliche Verfassung der Bewohner fließen in die Datenbank ein. Und aus dieser Datenbank laden die Düserts dann die passenden Gruppen zu ganz speziellen Infoabenden ein: Zum Beispiel, wenn die Kinder aus dem Haus sind und sich ein Kinderzimmer für die Erweiterung des Bades zum Wellnessbad eignet. Oder wenn es Zeit wird für das seniorengerechte Bad, das dafür sorgt, dass Kunden in den eigenen vier Wänden so lange wie möglich alt werden können.
Die Kunden erkennen in der Einladung zur Infoveranstaltung ihr Problem! Sie kommen, um sich über Lösungen zu informieren. Und viele davon lassen sich – früher oder später – auch überzeugen zum neuen Bad. Carmen und Uwe Düster bringen es auf den Punkt: „Zwischen uns und unseren Kunden herrscht ein Vertrauensverhältnis. Wir zeigen Verständnis, wir wissen, was unsere Kunden brauchen. Wir brauchen weder Laufkundschaft noch Beratungstouristen.“
Der Erfolg gibt ihnen recht: Mit „Inspektoren“, Einfühlungsvermögen und der richtigen Komplettbadlösung verkaufen die Düsters ihre Bäder. Dazu gewinnen sie Arbeits- und Lebensqualität, weil sie nicht jedem potenziellen Auftrag hinterherlaufen – sondern nur denen mit den besten Voraussetzungen für einen Abschluss. Und hierfür liegt ihre Quote bei beachtlichen 90 %. ■

Si ONLINE

Die *Si*-Redaktion war vor Ort und hat das Konzept von Carmen und Uwe Düster auf Film festgehalten. Das Video „Marketing im Bestand“ finden Sie in unserer „Mediengalerie“ unter www.si-shk.de oder über den QR-Code.

Fotos: Si/md, Schuchrat Kurbanov, Screenshot Film Düster

ratiocalor
ratiocalor
Datum: 10.01.2017
Seite: 5
seit über
75 Jahren
SCHEEL HAUSTECHNIK
Was wir leisten können
Beratung, Planung und Ausführung von
Öl- und Gas-Zentralheizungen
Sanitär- und Abwasseranlagen
Komplett-Bäder aus einer Hand
Elektrotechnische Anlagen
Kälteanlagen und Wärmepumpen
Photovoltaik- und Solartechnik
Erdwärme-Anlagen
Holz- und Pellets-Feuerungen
Hackschnitzel-Anlagen
Klein-Blockheizkraftwerke
Vermittlung von
Gasstraße 16 f
25524 Itzehoe



ratiocalor
LaufendeBetriebsoptimierung!

seit über
75 Jahre

Joachim Scheel mit dem „Marketingpreis für das deutsche SHK-Handwerk 2017“.

Marketingpreisträger 2017

LOGGER STATT BLINDFLUG

Die Firma Scheel-Haustechnik GmbH & Co. KG aus Itzehoe hat die Marketingpreis-Jury mit der Idee eines Online-Analyse-Tools zur Analyse und bestmöglichen Optimierung von Heizungsanlagen überzeugt.

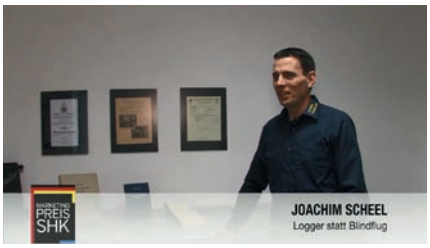
Die Heizung ist in den vergangenen Jahren eine komplizierte Sache geworden. Wir reden nicht nur über die Komplexität der Anlagen, sondern über eine Erkenntnis, die vor allem die Sanierung im Bestand betrifft: Da wird ein industriell gefertigtes Standardprodukt – die Heizung – an eine handwerklich aufgebaute Wärmeverteilung und Wärmeübertragung angeflanscht. Dass dabei alles funktioniert, wird vorausgesetzt – und ist oft genug schwierig nachzuvollziehen.

Aber wenn an der Schnittstelle zwischen Wärmeerzeuger und Wärmeverteilung ein Problem auftritt, dann muss häufig nach der Devise „Versuch und Irrtum“ vorgegangen werden. Die Jury vergibt den Marketingpreis für eine Idee, die ein Problem lösen kann, um das sich derzeit niemand kümmert, weil es im Niemandsland zwischen Industrie und Handwerk angelegt ist. Und in diesem Niemandsland hilft keine Investition, sondern helfen nur Messtechnik und Know-how.

Preisträger Joachim Scheel ist Spross einer alten Handwerkerfamilie und ein Mensch auf der beruflichen Sinnsuche. Und irgendwann tauchte ein Problem auf und der Kunde sagt: „Dann komm doch morgen mal mit deinem Datenlogger vorbei, wir finden das Problem …“. Der Kunde ist zuversichtlich – aber was ist ein Datenlogger?

Scheel erkennt ein Problem und findet eine Lösung. Daten erheben und interpretieren – das ist fortan sein Geschäftsmodell, mit dem er Anlagen im Bestand analysiert und optimiert. Bis zu 30 % Einsparungen sind drin, ohne Investition in Technik, wenn die Anlage richtig läuft. Und bei allen installierten Neuanlagen lässt sich so von Haus aus der optimalste Heizungsanlagenbetrieb gleich garantieren. Joachim Scheel macht sich in diesem Thema schlau: Der selbst entwickelte und selbst gebaute Datenlogger war nur der Anfang. Heute gehört der Anlagenscan zum Standard-Serviceangebot des Hauses – und das spricht sich rum. Auch die Wohnungswirtschaft und Immobilienbetreiber haben das „System Scheel“ bereits entdeckt: Handwerk ist eben nicht nur, Komponenten zu montieren. Handwerk ist, wenn Profis dafür sorgen, dass es klappt. Den „Marketingpreis für das deutsche SHK-Handwerk 2017“ gibt es somit für die kundennahe Erkenntnis, dass Justieren manchmal über Investieren und Montieren geht. ■

Si ONLINE



Die *Si*-Redaktion war vor Ort und hat das Konzept von Joachim Scheel auf Film festgehalten. Das Video „Heizung und Wärmeverteilung optimiert: Logger statt Blindflug“ finden Sie in unserer „Mediengalerie“ unter www.si-shk.de oder über den QR-Code.

Fotos: Schuchrat Kurbanov, Screenshot Film Scheel, Si/md, Scheel-Haustechnik

BERND ELVERT VollGASSystem
Si/md

BERND ELVERT
23

20 BERND ELVERT
Bernd Elvert Heizung & Sanitär

Bernd Elvert mit dem „Marketingpreis für das deutsche SHK-Handwerk 2017“.

Marketingpreisträger 2017

HEIZUNGEN ALS „SPECIAL EDITION“

Die Firma Bernd Elvert Heizung & Sanitär aus Geesthacht wurde für die Idee anlässlich ihres 20-jährigen Firmenbestehens ausgezeichnet: 20 Heizkessel hat man mit künstlerischen Motiven ausgestattet und in einer Art Kunstauktion an Kunden verkauft.

Der Marketingpreis für das deutsche SHK-Handwerk will Anregungen geben: Im Großen wie im Kleinen dafür sorgen, dass dieses Handwerk sich gut und kundennah verkauft. Die politische Note dieses Preises war es immer, dass auch einzelne Themen „preiswürdig“ sein können. Ungeachtet des Ganzen – vorausgesetzt, die Botschaft an die Branche stimmt. Unseren Preisträger Bernd Elvert würdigt die Jury als mutigen Unternehmensgründer, als dynamischen und kundenorientierten Handwerker und Geschäftsmann – und wünscht sich gerne mehr davon.

Begeistert hat die Jury aber etwas ganz anderes. Der Firmengründer feiert den 20. Geburtstag seines Unternehmens – und stellt fest: Ich möchte etwas ganz Besonderes machen, über das meine Kunden und das Städtchen Gesthaacht, der ganze Kreis und vielleicht halb Schleswig-Holstein reden.

Gesagt, getan: Der Handwerker wird zum Künstler und entwickelt nach Feierabend eine limitierte Auflage von 20 Heizungen – jede ein Unikat und jede in einem ausgefallenen Motiv lackiert beziehungsweise foliert. Er inszeniert die Kunstaktion zum Event und wenn eine Heizung verkauft ist, dann gibt’s – wie bei der Vernissage – einen roten Punkt.

Die Bilanz: In nur wenigen Wochen 20 Kessel verkauft. Den Umsatz gegen die Konjunktur um 20 % gesteigert. Und regional eine Duftmarke gesetzt. Ja – auch so kann man Akzente setzen. Dass obendrein der Betrieb unseres Preisträgers mustergültig geführt und vorbildhaft bewirtschaften wird, ist umso besser.

Somit gibt es den „Marketingpreis für das deutsche SHK-Handwerk“ für eine Eventaktion, die die Heizung emotionalisiert und das Geschäft des Heizungsbauerhandwerks ein bisschen näher an die Kunst rückt. Und für einen Hotshot – die Kunst, Öffentlichkeit zu schaffen und Aufmerksamkeit zu erregen. ■

Si ONLINE

Die *Si*-Redaktion war vor Ort und hat das Konzept von Bernd Elvert auf Film festgehalten. Das Video „Zum 20. Firmengeburtstag Heizungen als ‚Special Edition‘“ finden Sie in unserer „Mediengalerie“ unter www.si-shk.de oder über den QR-Code.

Fotos: Schuchrat Kurbanov, Si/md, Screenshot Film Düster

1 + 2: Der Smart Service Key wird mit einem 3,5-mm-Klinkenstecker an den Wärmeerzeuger angeschlossen. Über ein eigenes WLAN verbindet sich der Smart Service Key mit der App EasyService auf Smartphone oder Tablet des Fachhandwerkers.

Smart Service Key

IN WENIGEN MINUTEN BETRIEBSBEREIT

Handwerkspartner von Buderus, die das Diagnosewerkzeug Smart Service Key nutzen, bieten sich künftig noch mehr Möglichkeiten in der Anwendung. Zudem wartet die neue Portallösung Control Center CommercialPlus mit zahlreichen Zusatzfunktionen auf.

Der Smart Service Key unterstützt außer bei Wartung und Störungsbeseitigung bei Öl- und Gas-Wärmeerzeugern auch bei der Inbetriebnahme eines kompletten Heizsystems – alle dafür erforderlichen Parameter, z. B. für Heizkreis, Speicher oder optionale Solarkomponenten – lassen sich damit einstellen. Er ist für alle Öl- und Gas-Wärmeerzeuger mit dem Regelsystem Logamatic EMS plus geeignet. Das handliche Gerät wird über einen 3,5-mm-Klinkenstecker an die EMS-Servicebuchse des Wärmeerzeugers angeschlossen und verbindet sich über ein eigenes WLAN mit der App EasyService auf Smartphone oder Tablet des Fachhandwerkers. Die App unterstützt den Fachmann jetzt auch dabei, das komplette Heizsystem in Betrieb zu nehmen – das funktioniert in wenigen Schritten.

Handlicher Helfer

Ist EasyService mit dem am Wärmeerzeuger angeschlossenen Smart Service Key verbunden, kann der Nutzer einen Systemscan ausführen. Dieser erfasst dann alle Komponenten und Daten des Heizsystems – vom Wärmeerzeuger über Regler, Weiche und Art der Warmwasserbereitung bis hin zu Heizkreisen und optionalen Solarkomponenten. Alle für die Inbetriebnahme erforderlichen Parameter lassen sich über die App EasyService bearbeiten und anpassen. Sämtliche vorgenommenen Einstellungen werden in einem Inbetriebnahme-Protokoll hinterlegt, das der Heizungsfachmann jederzeit über die App abrufen und als PDF exportieren kann. Der Smart Service Key zeichnet sich durch seine kompakte, alltagstaugliche Form aus und ersetzt in den meisten Fällen den großen Diagnose-Laptop. Das handliche Gerät in der Größe einer Streichholzschachtel passt in jede Jackentasche. Bei der Entwicklung hat Buderus Wert auf größtmöglichen Datenschutz gelegt: Die WLAN-Verbindung ist verschlüsselt, zudem kann das Smartphone oder Tablet bei bestehender Verbindung zum Wärmeerzeuger keine Internetverbindung herstellen. Wird der Smart Service Key zum Heizungsservice vor Ort eingesetzt, zeigt er alle relevanten Daten des Wärmeerzeugers an. Die App unterstützt beim Service mit Statusanzeige, Störungsdiagnose sowie Maßnahmen zur Fehlerbeseitigung. Bis zu zehn Minuten Kurzzeit-Datenaufzeichnung sowie Funktionstests von

3 + 4: Ein Systemscan über den Smart Service Key listet alle Komponenten und Daten des Heizsystems in der App EasyService auf (rechts). Gesetzte Parameter lassen sich auf Wunsch nachträglich bearbeiten und anpassen (links).

5 + 6: Das neue Control Center CommercialPlus ist mit dem Regelsystem Logamatic 5000 kompatibel und bietet Fachhandwerkern umfassende Zusatzfunktionen zur Heizungssteuerung aus der Ferne.

Gerätepumpe, Drei-Wege-Ventilen, Gebläse, Zündung, Öl-Vorwärmer, Warmwasserladepumpe und Warmwasserzirkulationspumpe machen das Werkzeug zum praktischen Helfer. Ersatzteilinformationen werden über die direkt verknüpfte App EasyScan angezeigt. Die Diagnosezeit sinkt im Vergleich zum klassischen Diagnose-Laptop auf wenige Minuten. Fachkunden erhalten den Smart Service Key über ihre Buderus-Niederlassung, die dazugehörige Lizenz lässt sich direkt in der App EasyService buchen. Der erweiterte Funktionsumfang des Smart Service Key wird im dritten Quartal 2017 mit einer aktualisierten Version der zugehörigen Buderus App EasyService verfügbar sein. Mehr im Internet unter *qr.buderus.de/easyservice*.

Premium-Fernwirken

Auf der ISH Energy präsentiert Buderus auch seine neue Portallösung Control Center CommercialPlus. Die Premiumversion des 2016 eingeführten Control Center Commercial ermöglicht Fachhandwerkern die Regelung von Heizungsanlagen in Mehrfamilienhäusern, Verwaltungsgebäuden und in gewerblichen Anwendungen über eine gesicherte Internetverbindung aus der Ferne. Das Control Center CommercialPlus zeichnet sich im Vergleich zur Basisversion durch umfassende Zusatzfunktionen aus, etwa die vollständige Parametrierung auch auf der Serviceebene sowie die Möglichkeit, Daten aufzuzeichnen. Fachhandwerker können mit dem Portal alle aufgeschalteten Anlagen komfortabel betreuen. Zusätzlich zu Parameter-Monitoring und vollständiger Parametrierung auf Bedienerebene, die die Basisversion bisher schon ermöglichte, stehen diese Funktionen mit dem Control Center CommercialPlus nun auch auf der Serviceebene zur Verfügung. Darüber hinaus lassen sich mit dem Control Center CommercialPlus die Diagnosen der letzten Störmeldungen anzeigen und mehrere Nutzer verwalten. So haben innerhalb eines Fachbetriebes bis zu zehn Personen Zugriff auf alle aufgeschalteten Anlagen. Alle Funktionen des kostenlosen Control Center Commercial sind auch in der kostenpflichtigen Premiumversion enthalten.

Fachhandwerker profitieren weiterhin von der übersichtlichen Darstellung aller Heizsysteme mit Statusanzeige. Beide Portale sind mit dem Regelsystem Logamatic 5000 kompatibel, sodass sich die Bildschirme der Regelgeräte 1 : 1 im Browser darstellen lassen, und ermöglichen so die bekannte intuitive Bedienung des Heizsystems aus der Ferne. Zudem lassen sich mit dem neuen Portal Daten aufzeichnen und grafisch darstellen.

Das Control Center CommercialPlus ist von Juli 2017 an verfügbar. Technische Voraussetzungen sind ein IP-Gateway und bei Bedarf ein UMTS- oder LTE-Modul, das sich in das Regelgerät integrieren lässt. Die Portallösung Control Center CommercialPlus ist unter *qr.buderus.de/commercial* im Internet verfügbar. ■

www.buderus.de

Fotos: Buderus

BWT-Markenbotschafter – durch das BWT-Trinkwasser-Profi-Logo nach außen sichtbar – erobern den Zukunftsmarkt Wasser. Sie profitieren von der Innovationskraft des europäischen Marktführers.

BWT-Trinkwasser-Profis

AUF SIE IST VERLASS

BWT-Spitzentechnologie und BWT-Trinkwasser-Profis sind ein beachtenswertes Modell dafür, wie erfolgreiche Kundenbindung klappen kann.

Mehr denn je profitieren BWT-Partner vom Marketingelan und der Investitionskraft des nach eigenen Angaben europäischen Marktführers und mit einem einzigartigen Bonusprogramm bedankt sich BWT großzügig wie nie bei seinen Toppartnern für den Einsatz und die Treue.
Über 3.000 BWT-Trinkwasser-Profis – sie sind ausgewählte Premium-Vertriebspartner und das Herzstück des BWT-Netzwerks – tragen in Österreich, Deutschland und der Schweiz dafür Sorge, dass mit den BWT-Anlagen den Endkunden höchste Servicequalität und damit bestes Wasser zur Verfügung steht. Mit seinem kleinen „Heer“ an Spitzenfachleuten gelingt es BWT erst, den aus Unternehmenssicht Spitzenplatz als Technologieführer zu erreichen und zu halten. „Der Installateur installiert, der BWT-Trinkwasser-Profi profitiert“: Diesem Anspruch folgt das Trinkwasser-Profi-Konzept von BWT, denn es ist laut dem SHK-Trendforscher „Querschiesser“ das beste Partnerprogramm der Branche. Entscheidend ist aber nicht die Anzahl, sondern die Qualität der Partnerschaft zu jedem Einzelnen. Dazu wird das Paket aus BWT-Produkten, BWT-Akademie, dem Kooperationsmarketing und der persönlichen Betreuung stets weiterentwickelt.

In die Profiliga aufsteigen

Gemeinsam mit den Experten der BWT-Group bewegt dieses Netzwerk ein Ziel: Den absoluten Spitzenplatz unter den international führenden Wassertechnologiegruppen einzunehmen. Ein wichtiger Etappensieg wurde auf diesem ambitionierten Weg schon geschafft: In Europa ist BWT Marktführer. Gemeinsam mit tausenden Partnerbetrieben, Außendienst- und Servicemitarbeitern sowie Hygieneexperten bilden die BWT-Trinkwasser-Profis das BWT-Wasserpartner-Netzwerk. Als Wassertechnologieunternehmen gewährleistet BWT mit seinen Partnern ein Höchstmaß an Sicherheit, Hygiene und Gesundheit im täglichen Umgang mit dem kostbaren Lebenselixier Wasser – ein Team von Profis, die zusammen eine bemerkenswerte Qualitätsoffensive bewältigen. BWT-Trinkwasser-Profi, eine Auszeichnung, die als Logo auf Arbeitskleidung und im Shop klar ersichtlich ist, schafft Vertrauen und signalisiert den Endkunden, dass verlässliche Partner beim Betrieb ihrer Geräte zur Verfügung stehen. Die Trinkwasser-Profis sind mit der BWT-Technologie vertraut, werden laufend trainiert und profitieren von der BWT-Marketingoffensive. Verkaufshilfen

Die Zukunft der nächsten Generation der BWT-Produkte hat mit dem völlig neu gestalteten E1 Einhebelfilter und der 100 % konnektiven AQA perla 4.0 begonnen.

für den Point of Sale ergänzen das Rundumpaket, das BWT seinen Top-Partnern anbietet.
Verlässlichkeit in allen Richtungen: Das Konzept der BWT-Trinkwasser-Profis hat sich in den vergangenen Jahren bestens bewährt und das Unternehmen betont, dass es mittlerweile branchenweit als bestes Konzept einer Partnerschaft zwischen Hersteller und Handwerker gilt – mit dem Ziel, neue Kunden zu gewinnen. Auch eine aktuelle Studie der Universität Linz belegt sensationelle Zufriedenheitswerte der Endkunden mit BWT-Lösungen: Demnach empfehlen 96 % der Betreiber einer BWT-Perlwasseranlage ihr Produkt weiter. Als Grund wurde angegeben: ausgereifte und zuverlässige Technik sowie die hohe Servicequalität – die Betreuung beim Kauf und beim Einbau durch bestens geschulte Handwerksbetriebe.

Vom Installateurbetrieb zum Trinkwasserprofi

Nur kompetente, geschulte und mit allen Aspekten der Wasseraufbereitung bestens vertraute Installateure können die Begeisterung, die Kampagnen für BWT-Produkte wecken, auch in die Zufriedenheit der Endkunden umsetzen. Erst, wenn die Betreiber mit ihrer Anschaffung zufrieden und rundum bestens versorgt sind, dann ist Erfolg möglich. Das ist untrennbar miteinander verbunden: beste Technologie mit bestem Service. Das 2011 ins Leben gerufene BWT-Trinkwasser-Profi-Konzept verfolgt genau dieses Ziel: Ein immer größeres Netz an Partnern zu schaffen, das BWT-Produkte perfekt mit den Bedürfnissen des Endkunden verbindet. Die Trinkwasser-Profis werden von den Experten und den Trainern der BWT-Group regelmäßig bei den zentralen Bereichen ihrer Tätigkeit auf den neuesten Stand gebracht. Dazu zählen Kurse, die sich mit den Details zu den sich ständig ändernden Normen und gesetzlichen Auflagen befassen. Die neuesten Trends der Forschung, vor allem aber die modernste Technologie, die BWT-Produkte anzubieten haben, werden den Trinkwasser-Profis in regelmäßigen Schulungen vermittelt. So bleiben die BWT-Partner immer aktuell informiert zur Produktpalette, aber auch in den Bereichen Verkauf und Marketing. Kompetente, geschulte und mit dem Thema Wasseraufbereitung bestens vertraute Installateure machen Leads zu begeisterten Kunden und Anwendern von BWT-Produkten.

Exklusive Kampagnen für BWT-Partner

BWT sorgt auch dafür, dass die Partnerbetriebe medial und im Marketing mitunterstützt werden. Dabei ist 2017 die BWT-Group präsent wie nie zuvor: TV-Werbung, Inserate in Printmedien, Online-Offensive, Sportsponsoring. BWT rückt ins Zentrum und für den BWT-Partner bedeutet dies, dass Logo und Marke geradezu allgegenwärtig sind. Die BWT-Marketinganstrengungen werden so auch zur Basis des regionalen Erfolges. Das bedeutet: Die BWT-Marketingpower steht den Partnerbetrieben mit zur Verfügung. Dazu zählen auch eigens ausgearbeitete Verkaufshilfen, Folder sowie Plakate und Informationsmaterial. Damit der Verkauf auch so richtig klappt, stellt man z. B. ein E1 Einhebelfilter Demokit zur Verfügung, einen Adapterkoffer für einen schnellen Tausch alter, unhygienischer Filter. Dazu schafft ein E-Mail-Erinnerungsservice die besten Voraussetzungen für engen Kundenkontakt. Solche Beispiele illustrieren, wie kompetent BWT seine Partner im Verkauf und beim Kundenkontakt unterstützt. Und noch ein Bonus wartet mit speziellen Vorteilspaketen auf BWT-Netzwerker: Schon ab einer Bestellung der aktuellen Vorzeigeprodukte – den völlig neu gestalteten E1 Einhebelfilter und die 100 % konnektive AQA perla 4.0 – kommt man in den Genuss besonderen Konditionen. Besondere Prämien bietet darüber hinaus auch das BWT-Bonusprogramm „Pearls & More!“. ■

www.bwt.de

WOFÜR BWT STEHT

Die klaren BWT-Schwerpunkte liegen weithin auf dem Ausbau der Markenbekanntheit und an der Darstellung der unschlagbaren Kompetenz im Bereich Wasseraufbereitung.
Neben Imagespots konzentrieren sich die Kontakte mit Endkunden auf die drei Produktgruppen BWT Magnesium Mineralizer Tischwasserfilter, AQA perla Perlwasseranlagen und E1 Einhebelfilter. Entscheidend ist aber nicht nur die Werbung für einzelne konkrete Produkte; vielmehr gelingt es dieser Offensive mehr denn je, den Endkunden diese zentrale Botschaft zu vermitteln: Mit den richtungsweisenden Produkten und Services möchte BWT ein Höchstmaß an Sicherheit, Hygiene und Gesundheit im täglichen Umgang mit dem Lebenselixier Wasser – dem blauen Gold des 21. Jahrhunderts – gewährleisten.
www.bwt.de

Fotos: BWT

Das Alpha3-System von Grundfos besteht aus der speziellen Umwälzpumpe Alpha3, dem Lesegerät Alpha Reader und der Grundfos-App GO Balance.

Der Alpha Reader wird während des Abgleiches am Pumpenkopf der Alpha3 angebracht und überträgt per Bluetooth die Betriebsdaten der Pumpe in Echtzeit auf das Smartphone.

Grundfos Alpha3

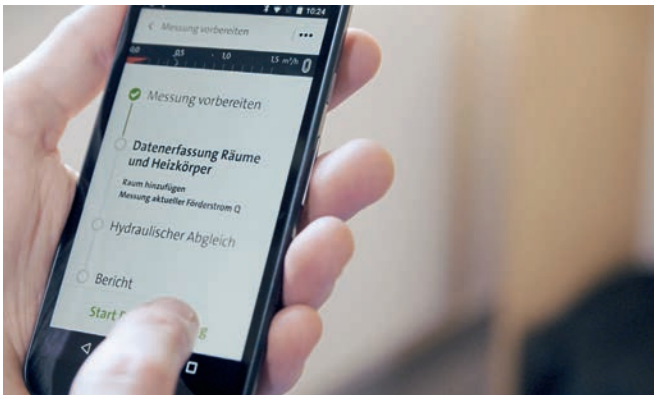
DOPPELTER NUTZEN

Das Alpha3-System von Grundfos ist ein praxisgerechtes Verfahren für den hydraulischen Abgleich bei kleineren Heizungsanlagen. Mit dem aktuellen Förderprogramm des Bundes lohnt sich die Lösung doppelt.

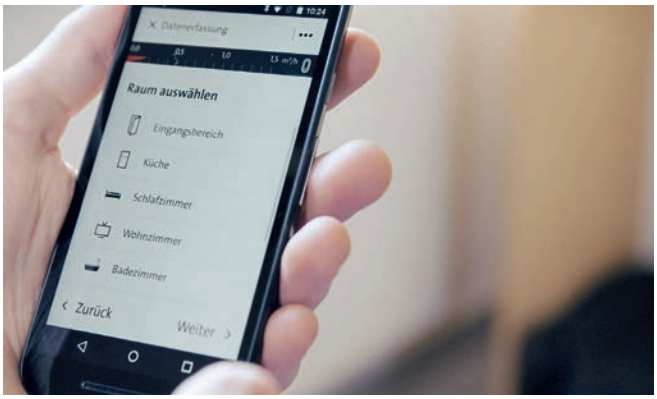
Die Umwälzpumpe als Sensor für den hydraulischen Abgleich: Die Idee ist ebenso naheliegend wie effektiv. Denn für einen fachgerechten Abgleich braucht man im Normalfall neben der Heizlastermittlung auch eine Rohrnetzberechnung, was sehr aufwändig sein kann. Außerdem fehlen bei der Modernisierung von Bestandsanlagen oft die erforderlichen Daten. Vereinfachte Verfahren mit überschlägigen Werten werden unter bestimmten Bedingungen zwar noch anerkannt, unter fachlichen Gesichtspunkten sind sie aber eher unter dem Aspekt ‚besser als gar nichts' zu sehen.
Deutlich zuverlässiger und zudem schnell und unkompliziert ist das Verfahren mit der Alpha3. Es erfordert weder spezielle Messtechnik noch aufwändige Berechnungen. Die Umwälzpumpe liefert unter realen Anlagenbedingungen die für den Abgleich erforderlichen Daten. Das Verfahren eignet sich für Zwei-Rohr-Systeme mit regelbaren Radiatoren und Fußbodenheizungen. Es erfüllt die Voraussetzungen gemäß Verfahren A (überschlägige Heizlast gemäß Baualtersklasse) und wird für das aktuelle Förderprogramm „Heizungsoptimierung" des Bundes anerkannt.

Pumpe, Reader und App
Der Installateur braucht dafür das spezielle Pumpenmodell Alpha3, das Lesegerät Alpha Reader und ein Smartphone oder Tablet mit der Grundfos-App GO Balance. Die Pumpe wird wie gewohnt eingebaut und verbleibt in der Anlage. Anders als das Schwestermodell Alpha2 verfügt sie über die Möglichkeit, relevante Betriebsdaten in einer speziellen Betriebsart als optische Signale bereitzustellen. Der Reader dient dazu, diese Daten auszulesen und per Bluetoothverbindung in Echtzeit auf das Smartphone zu übertragen. Die App GO Balance ist die Regiezentrale für den Abgleich: Sie fordert den Installateur zu den einzelnen Handgriffen auf, verarbeitet die übertragenen Betriebsdaten und nimmt im Hintergrund die erforderlichen Berechnungen vor.
Der Investitionsaufwand ist gering. Der Alpha Reader wird wie ein Werkzeug einmalig angeschafft und lässt sich dann bei allen Anlagen mit der Alpha3 einsetzen. GO Balance kann im Apple-Store bzw. bei Google Play als kostenlose App heruntergeladen und auf vorhandenen Mobilgeräten mit iOS- oder Android-Betriebssystem installiert werden.

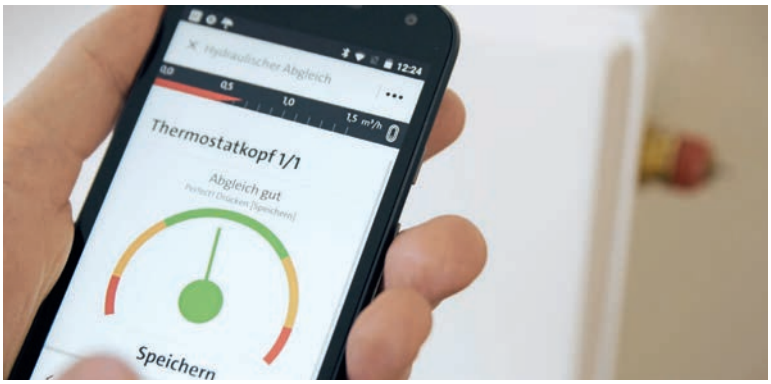
Kompletter Abgleich in zwei Stunden
Nach dem Einbau der Alpha3 startet der Installateur die App und folgt den Anweisungen. Er bringt den Reader am Pumpenkopf an und startet die spezielle Betriebsart zum Auslesen der Daten. Sobald die Bluetoothverbindung zum Smartphone steht, hat die App in Echtzeit Zugriff auf die Betriebsdaten der Pumpe. Als Nächstes wird das Tool kalibriert: Bei geschlossenen Ventilen ermittelt die App den Nullvolumenstrom als Referenzwert für spätere Berechnungen.
Dann werden die einzelnen Räume mit Größe, Wärmebedarf pro Quadratmeter sowie Größe und Typ der vorhandenen



Die App GO Balance führt den Installateur leicht verständlich durch die notwendigen Schritte von der Datenerfassung bis zum Protokoll.



Für die Erfassung der Raum- und Heizkörperdaten genügen einfache Angaben, die App hilft dabei mit Auswahlmöglichkeiten und hinterlegten Standardwerten.



Die richtige Voreinstellung des Ventils lässt sich einfach auf der Cockpitanzeige der App ablesen – kein Rechnen, kein Hin- und Herlaufen.

Heizkörper erfasst. Die App unterstützt die Eingabe mit Auswahlmenüs, automatischen Flächenberechnungen und hinterlegten Standardwerten. Der Installateur muss weder spezielle Anlagendaten vorliegen haben, noch selbst Berechnungen anstellen. Es genügen die Informationen, die er vor Ort vorfindet. Anhand von Nullvolumenstrom und Raumdaten berechnet die App für jeden Heizkörper einen Soll-Volumenstrom. Beim Abgleich wird der Ist-Volumenstrom ermittelt und mit diesem Soll-Volumenstrom verglichen. Die App führt den Installateur Raum für Raum durch die erforderlichen Handgriffe (Thermostatkopf abnehmen, Ventil öffnen usw.) und zeigt das Ergebnis des Soll-Ist-Vergleiches als übersichtliches Cockpit an. Steht die „Tachonadel“ noch nicht im grünen Bereich, fordert die App dazu auf, den Durchfluss am Ventil zu reduzieren bzw. zu erhöhen. Da die Daten in Echtzeit anliegen, macht sich die veränderte Voreinstellung nach kurzer Verzögerung auf dem Cockpit bemerkbar. So lässt sich bequem die richtige Einstellung finden, ohne zwischen Pumpe und Heizkörper hin- und herlaufen zu müssen. Am Ende werden die relevanten Daten in einem detaillierten Bericht zusammengefasst, der sich als pdf-Dokument ausgeben lässt. Eine zusätzliche Dokumentation ist in der Regel nicht erforderlich. Insgesamt ist der Zeitaufwand mit dem Alpha3-System gering. Dateneingabe, Messung und Einstellung dauern etwa fünf bis zehn Minuten pro Heizkörper. Bei einem normalen Einfamilienhaus lässt sich in weniger als zwei Stunden ein kompletter Abgleich durchführen.

Doppelter Nutzen bei Förderung

Für die derzeitige Förderung des Bundes ist das Alpha3-System besonders interessant. Denn im Rahmen des Förderprogramms „Heizungsoptimierung“ fördert der Staat nicht nur den Austausch veralteter Heizungspumpen, sondern auch den hydraulischen Abgleich. Private wie gewerbliche Gebäudeeigentümer bekommen vom Staat 30 Prozent der Nettokosten für Pumpe und Einbau und noch einmal 30 Prozent für die Durchführung eines fachgerechten hydraulischen Abgleiches erstattet. Alpha3 und der Abgleich mit dem beschriebenen Verfahren sind förderfähig, Auftraggeber und Handwerk profitieren also doppelt. Die Vorgehensweise ist unbürokratisch. Der Auftraggeber muss sich vor Beauftragung auf der BAFA-Website registrieren, danach müssen die Maßnahmen innerhalb von sechs Monaten durchgeführt werden. Für die Erstattung reicht der Kunde das von ihm unterschriebene Antragsformular und die Rechnung des Installateurs beim BAFA ein. Nach Bewilligung erstattet das BAFA dem Auftraggeber jeweils 30 Prozent der Nettokosten für Pumpentausch und hydraulischen Abgleich.

Grundfos informiert im Rahmen seiner Kampagne „Deutschland tauscht aus“ über das Förderprogramm und die daraus entstehenden Fragen. Für das Handwerk sind alle wichtigen Informationen auf der Website unter www.grundfos.de/foerderung zusammengestellt. Dort findet der Installateur die wichtigsten Fakten und Argumente fürs Kundengespräch, anschauliche Animationsfilme und verschiedene Broschüren. Außerdem kann bei „Grundfos für Installateure“ ein Marketingkit mit Flyern, Pumpencheck-Gutscheinen, Rechnungsbeilegern, Postern und Autoaufklebern bestellt werden. ■

www.grundfos.de

Fotos: Grundfos

Unter dem diesjährigen Motto „Water. Energy. Life." fokussiert sich die weltgrößte Leistungsschau für den Verbund von Wasser und Energie auf ihre Grundpfeiler. Sein exklusives Leistungsportfolio für die Innungsbetriebe des deutschen SHK-Handwerks präsentierte der ZVSHK unter dem Motto „Wir für Euch". Zugleich bot man sich als Anlaufstelle für alle Fachbesucher an, die sich insbesondere mit den Themen energieeffiziente Heizungen und altersgerechte Bäder beschäftigten.

ISH 2017

GUTE STIMMUNG UND POSITIVE BILANZ

Vom 14. bis zum 18. März 2017 hat die ISH, Weltleitmesse für den Verbund von Wasser und Energie, einmal mehr ihre Bedeutung für Besucher und Aussteller bewiesen. Insgesamt kamen 200.114 Besucher (2015: 196.777*) auf das Frankfurter Messegelände, um sich über die zahlreichen Innovationen und neuesten Trends aus erster Hand zu informieren.

2.482 Aussteller (Inland: 889, Ausland: 1.593) aus 61 Ländern, darunter alle Weltmarktführer, stellten in Frankfurt am Main auf einer Fläche von 260.000 m² erstmals ihre Weltneuheiten vor. Auch steigerte die ISH ihre Internationalität: 64 % (2015: 61 %) der Aussteller und 40 % (2015: 39 %) der Besucher kamen aus dem Ausland.
„Die ISH wächst und wird immer internationaler. Die Kennzahlen sind hervorragend, die Stimmung in den Hallen war ausgezeichnet. Wir sind rundum zufrieden mit dem Verlauf der Veranstaltung", bilanziert Wolfgang Marzin, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Frankfurt.
Die Positionierung der ISH als Weltleitmesse untermauert der Anstieg bei den internationalen Besuchern. Hier war eine Steigerung um über 5 % auf 80.045 (2015: 75.819*) zu verzeichnen. Die besucherstärksten Länder waren Italien, China, Frankreich, die Niederlande, die Schweiz, Großbritannien, Polen, Belgien, Österreich und Spanien.

Konjunkturaussichten sehr positiv
Herausragende Noten gab es von allen Beteiligten für die Qualität der Messe. Insbesondere die Anzahl der Neukontakte sorgte für eine hohe Zufriedenheit auf Ausstellerseite. Die Gesamtbeurteilung ist weiterhin mit über 80 % auf einem sehr hohen Niveau. Positiv sehen die Aussteller zudem die Konjunkturaussichten: 88 % bewerteten diese gut oder befriedigend. Bei den deutschen Ausstellern lag dieser Wert sogar bei 93 %.
Noch höher waren die Zufriedenheitswerte der Besucher: Die Gesamtbeurteilung lag erneut bei rekordverdächtigen 97 %. Das SHK-Handwerk stellte mit einem Anteil von rund einem Drittel traditionell die stärkste Besuchergruppe.

Auch ISH-Träger äußerst zufrieden
Sehr zufrieden mit dem Messeverlauf zeigten sich die Sprecher der fünf ISH-Träger (ZVSHK – Zentralverband Sanitär Heizung Klima, BDH – Bundesverband der Deutschen Heizungsindustrie, VDS – Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft, FGK – Fachverband Gebäude-Klima, VdZ – Forum für Energieeffizienz in der Gebäudetechnik).
Friedrich Budde, Präsident ZVSHK, Sprecher für das Handwerk: „Das war eine eindrucksvolle Weltleitmesse unserer Branche. Die ISH 2017 hat zahlreiche Lösungen für die Herausforderungen unserer Zeit präsentiert: Aus Sicht des Handwerks vor allem für das Gelingen der Wärmewende und den altersgerechten Badumbau. Als Vertreter der größten nationalen Besuchergruppe, dem

Im Technologie- und Energieforum des Bundesverbands der Deutschen Heizungsindustrie (BDH) und der Messe Frankfurt drehte sich unter der Überschrift „We have the solutions“ alles um moderne und hocheffiziente Heizungstechnik „made in Germany“. Um im Trendforum Pop up my Bathroom der Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) wurden Modelle individueller Badplanung inszeniert.

Fachhandwerk, freuen wir uns über einen fulminanten Besucherandrang auf unserer Handwerkerlounge. Ziel unserer Arbeit ist immer der wirtschaftliche Erfolg unserer Betriebe. Dafür haben die Aussteller und wir als Verbandsorganisation auf der ISH 2017 viel getan!“
Manfred Greis, Präsident BDH sowie Mitglied des Vorstandes des FGK, Sprecher ISH Energy: „Die ISH Energy 2017 hat die Erwartungen übertroffen und ihren Status als Weltleitmesse für Effizienz und erneuerbare Energien untermauert. Die deutsche Heizungsindustrie stellte erneut ihre Innovationskraft unter Beweis und präsentierte überzeugende Lösungen, die einen zentralen Beitrag zum Gelingen der Energiewende leisten werden. Dazu zählen neben hocheffizienter Brennwerttechnik mit Solarthermie auch strombasierte Systeme, zum Beispiel Wärmepumpen als hybride Systeme. Hinzu kommen stationäre Brennstoffzellengeräte und digitale Anwendungen.“
Hartmut Dalheimer, Vorsitzender VDS, Sprecher ISH Water: „Wir sind mit der Resonanz der ISH 2017 durchaus zufrieden! Sowohl Qualität als auch Quantität der Besucher ‚stimmten‘, besonders der internationale Besucheranteil, gerade aus China und Russland, war stark wahrnehmbar. Aber auch das deutsche Fachhandwerk fand den Weg zur ISH, die entsprechenden gemeinsamen Aktionen der Messe und der Träger haben Wirkung gezeigt. Der Besuch der ISH muss für jede(n) Badplaner/-in und jede(n) Bäderbauer/-in weiterhin Pflicht sein! Für unsere Badbotschafterin Franziska van Almsick war es das auf jeden Fall, die damit die ISH wiederum prominent in den Medien platzierte!“

Partnerland Türkei
Das Partnerland zur ISH 2017 war die Türkei. Sie präsentierte sich mit einem eigenen Auftritt in der Galleria 0. Die Entscheidung für das diesjährige Partnerland fiel bereits Ende Juni 2015 durch den Veranstalter Messe Frankfurt und die ideellen Träger der Weltleitmesse. „Mit dieser Entscheidung tragen wir der steigenden Beteiligung der Türkei zur ISH Rechnung und dies sowohl besucher- als auch ausstellerseitig“, so Wolfgang Marzin. Die Türkei ist nach Deutschland und Italien die drittstärkste Ausstellernation. Zur ISH 2017 präsentierten sich 140 türkische Aussteller, dies entspricht einem Wachstum von 35 % gegenüber der Vorveranstaltung. Marzin betont darüber hinaus, die Wichtigkeit von Messen als neutrale Handelsplattformen: „Die Messe Frankfurt führt seit 777 Jahren Veranstaltungen durch. Wir sind da, wo unsere Kunden und ihre Branchen Raum benötigen, um mit potenziellen Geschäftspartnern ins Gespräch zu kommen. Messen sind dafür der ideale Ort.“
Die nächste ISH findet vom 12. bis 16. März 2019 in Frankfurt am Main statt. ■
www.ish.messefrankfurt.com
*FKM-zertifiziert

ÜBER 55 MRD. EURO UMSATZ

Im Jahr 2016 zeigte sich die deutsche Branchenkonjunktur der Haus- und Gebäudetechnik im Bereich Sanitär, Heizung, Lüftung und Klima (SHK) erfolgreich. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie des ifo-Instituts, die von der Messe Frankfurt, dem Bundesverband der Deutschen Heizungsindustrie e. V. (BDH), der Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) und der VdZ – Forum für Energieeffizienz in der Gebäudetechnik in Auftrag gegeben wurde.

Insgesamt gesehen entwickelte sich 2016 der Umsatz des Wirtschaftsbereichs der Haus- und Gebäudetechnik positiv. Industrie, Großhandel und Installationsgewerbe erzielten einen konsolidierten Jahresumsatz von 55,65 Mrd. Euro ohne Mehrwertsteuer (2015: 53,84 Mrd. Euro). Der entsprechende Inlandsumsatz belief sich auf 45,7 Mrd. Euro. Damit konnte die Branche den stabilen Aufschwung der vergangenen Jahre fortsetzen.

Fotos: Messe Frankfurt Exhibition GmbH/Pietro Sutera, Messe Frankfurt Exhibition GmbH/Jochen Günther

Die Kampagne „Deutschland tauscht aus“ soll den Einsatz von modernen Hocheffizienzpumpen zur Heizungsoptimierung fördern.

Dirk Schmitz, Leiter Kommunikation & PR Grundfos (links), Ingo Landwehr, Direktor Marketing & Business Development D-A-CH Grundfos (rechts).

Best of SHK Award in der Kategorie Marketing

DEUTSCHLAND TAUSCHT AUS

Den Best of SHK Award in der Kategorie Marketing hat Grundfos mit nach Hause genommen. Unter dem Motto „Deutschland macht’s effizient“ hat die Bundesregierung eine Offensive zur Steigerung der Energieeffizienz gestartet. Mit der Kampagne „Deutschland tauscht aus“ will Grundfos in diesem Rahmen das SHK-Handwerk bei der erfolgreichen Geschäftsanbahnung bei den Kunden unterstützen.

Das Effizienzpaket der Bundesregierung in Höhe von 165 Mio. Euro jährlich soll zu Investitionen in die effiziente Nutzung von Energie anreizen. Das auf fünf Jahre angelegte Förderprogramm des Bundesministeriums für Wirtschaft setzt dabei auf eine breite Verbrauchergruppe. So können Privatpersonen, Unternehmen, Kommunen, Zweckverbände, Vereine, gemeinnützige Organisationen und Genossenschaften die Förderung beim Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA) beantragen. Das Förderprogramm bezieht sich auf den Austausch veralteter gegen neue, effizientere Pumpanlagen einschließlich der Heizungsoptimierung. Es sieht eine Bezuschussung von 30 % bei Kauf und Montage einer neuen Hocheffizienzpumpe vor. Dies wird langfristig die Nachfrage nach Pumpen und hydraulischen Abgleichen steigern.
Denn in knapp 80 % aller Gebäude sind die eingesetzten Heizungs- und Warmwasserzirkulationspumpen nicht mehr auf dem neuesten Stand der Technik.

Groß angelegte PR-Initiative
Grundfos begleitet das Förderprogramm mit seiner Förderkampagne „Deutschland tauscht aus“, die sich an Installateure und Endkunden wendet. Ein umfangreicher Mediaplan mit über 300 Anzeigen in Fach- und Publikumszeitschriften stellt sicher, dass diese Zielgruppen erreicht werden. Die Inhalte der Kampagne sind speziell auf die jeweiligen Zielgruppen zugeschnitten. Seit Beginn der Förderung lief die erste Phase für Installateure mit Roadshows, Schulungen, Kinoevents, Onlinewerbung, Animationen, Social Media, Mailings und Verkaufsförderungsmaterial. So wurden die Installateure „Fit für die Förderung“ gemacht. ■
www.grundfos.de

Fotos: Grundfos, Schuchrat Kurbanov

Unter den 19 Einrichtungen in der Kategorie Sanitär haben sich die *Si*-Leser für das Bedienelement Axor One für die Dusche entschieden.

Hansgrohe gewinnt den Best of SHK Award 2017 in der Produktkategorie Sanitär (v.r.n.l.): Moderatorin Angelika Demmerschmidt, Alexander Holzmann, *Si*-Herausgeber und geschäftsführenden Verleger AT-Fachverlag, Stefan Schraff, Leiter Marketing Deutschland Hansgrohe, und Chefredakteur *Si* Maximilian Döller.

Best of SHK Award in der Kategorie Sanitär

SO INTERAKTIV KANN DUSCHEN SEIN

Ruhepol und Blickfang für die Sinne: Axor One heißt das interaktives Bedienelement für die Dusche von Axor, der Designmarke von Hansgrohe SE, das mit dem Best of SHK Award in der Kategorie Sanitär ausgezeichnet wurde. Es vereint die Steuerung mehrerer Brausenfunktionen und die Regulierung der Wassertemperatur und -menge in einem Element und schafft so ein großzügiges Raumgefühl.

Axor One hat seine Weltpremiere im Rahmen des Londoner Design Festivals am 22. September 2015 in Clerkenwell gefeiert – dem kreativen Zentrum der englischen Hauptstadt. „Mit Edward Barber und Jay Osgerby haben wir die Idee eines zentralen Bedienelementes für die Dusche mit einer interaktiven, rein mechanischen Berührungsfläche umgesetzt. Das Duschen wird so zu einem sinnlichen Erlebnis“, erklärt Philippe Grohe, Leiter der Marke Axor.

Intuitive Bedienung

„Axor One ermöglicht eine neue Art der Wassersteuerung in der Dusche: Mit der Zusammenführung von mehreren Steuerungskomponenten auf einem einzigen Element gewinnt das Badezimmer mit der Thermostat-Armatur an Ästhetik und Funktionalität“, erklären Edward Barber und Jay Osgerby. Verschiedene Brausenfunktionen können mit dem Finger, dem Handrücken oder dem Ellbogen aktiviert werden.
Die Temperatureinstellung erfolgt über den zentralen Stellknopf; ein kleiner Hebelgriff darunter reguliert die Wassermenge. Im Eco Modus kann diese bis zu 50 % reduziert werden. Der Wasserfluss wird über ein leichtes Drücken der großflächigen Select-Tasten („Paddles“) gesteuert: Eine klare Symbolik indiziert die verschiedenen Brausefunktionen, die dem Nutzer zur Verfügung stehen (z.B. Kopf-, Hand- oder Seitenbrause).

Dezentes Design

Die monolithische Form, die edlen Proportionen, die prägnanten Details und das reduzierte Design schaffen ein zeitloses Statement in jedem Badezimmer-Ambiente. Axor One wird nur so sichtbar, wie der Nutzer es sich wünscht: Von einem dezenten Chrom bis hin zu einem resoluten Rot-Gold, über die hauseigene Axor-Manufaktur ist die Armatur in fünfzehn verschiedenen Sonderoberflächen erhältlich. ■

www.hansgrohe.de

Fotos: Hansgrohe SE, Schuchrat Kurbanov

Danfoss Link wurde mit dem Best of SHK Award in der Kategorie Heizung prämiert.

Moderatorin Angelika Demmerschmidt, Alexander Holzmann, *Si*-Herausgeber und geschäftsführenden Verleger AT-Fachverlag, Monika Nordmann, Regional Director Marketing CER Danfoss, und Chefredakteur *Si* Maximilian Döller (v.r.n.l.).

Best of SHK Award in der Kategorie Heizung

EFFIZIENTE UND KOMFORTABLE SYSTEMLÖSUNG

In der Kategorie Heizung ging der Best of SHK Award an Danfoss. Das eingereichte Produkt, der Zentralregler Danfoss Link, erlaubt es, Heizpläne zu programmieren und Temperaturen in einzelnen Wohnräumen den Bedürfnissen und dem Tagesablauf der Bewohner anzupassen.

Je genauer und effizienter der Wasserdurchfluss im Heizkörper gesteuert wird, desto positiver sind die Auswirkungen auf den Energieverbrauch. Die besten Ergebnisse erzielen dabei elektronische Thermostate. Der Vorteil von Systemlösungen, bei denen alle Thermostate mit einem Zentralregler verbunden sind, liegt in der Möglichkeit, individuelle Heizpläne zu erstellen. So können Bewohner die Temperaturen in jedem Raum dem eigenen Tagesablauf anpassen. Dazu gehören sinnvolle Absenkungen in der Nacht und tagsüber, während man der Arbeit nachgeht. Durch Einstellen der entsprechenden Aufsteh- und Rückkehrzeiten sorgt das System dafür, dass rechtzeitig die Wunschtemperatur erreicht ist. Nutzer, die unregelmäßige Arbeitszeiten haben oder es beispielsweise im Badezimmer noch ein bisschen wärmer möchten, können die nötigen Einstellungen auch direkt am Thermostaten vornehmen. Praktisch ist außerdem die Fenster-offen-Erkennung: Trifft kalte Luft auf den Living-Connect-Regler, stoppt er automatisch den Heizwasserzufluss für eine bestimmte Zeit, um Energieverschwendung den Riegel vorzuschieben.

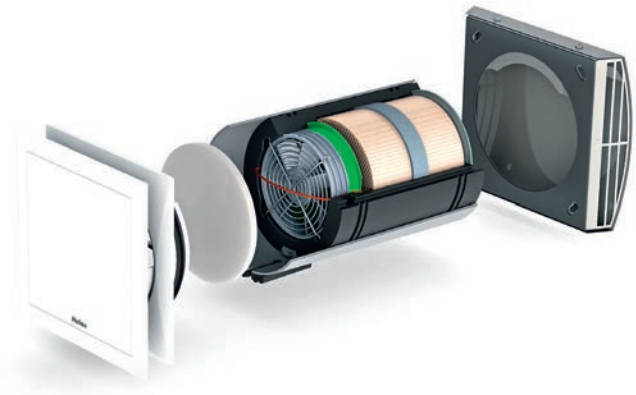
Einfache Installation

Die Möglichkeiten, eigene Heizpläne zu programmieren, sind vielfältig und lassen sich mit dem Zentralregler Danfoss Link einfach und komfortabel umsetzen. Auch die Installation gestaltet sich unproblematisch. Da die Komponenten auf Basis der Z-Wave-Technologie kommunizieren, einem speziellen Funkverfahren für vernetzte Haustechnik, müssen keinerlei Kabel zu den Thermostaten verlegt werden. Nur der Zentralregler Danfoss Link wird an der Wand angebracht, wahlweise mit Unterputz- oder Aufputz-Netzteil, und an 230 V angeschlossen. Mithilfe des Mobile Phone Butlers kann die Abwesenheitsfunktion des Systems auch aus der Ferne per Telefon ein- oder ausgeschaltet werden. Dafür sorgt eine entsprechende Schnittstelle zum Funkschaltmodul Danfoss Link SCM. So können Bewohner von unterwegs dafür sorgen, dass sie bei der Rückkehr ein warmes Zuhause vorfinden, oder Energieverschwendung vermeiden, wenn vor der Fahrt in den Urlaub das Aktivieren der Abwesenheitsfunktion vergessen wurde. ■

www.waerme.danfoss.com

Fotos: Danfoss, Schuchrat Kurbanov

Christian Schmitz-Eckert, Leiter Vertrieb und Marketing National Helios, freut sich über den Best of SHK Award 2017 in der Produktkategorie Lüftung/Klima.



Der KWL EC 45 EcoVent Verso hat die *Si*-Leser überzeugt.

Best of SHK Award in der Kategorie Lüftung/Klima

EFFIZIENZ UND WIRTSCHAFTLICHKEIT IN EINEM

KWL EC 45 EcoVent Verso heißt das Gerät zur kontrollierten Wohnraumlüftung mit Wärmerückgewinnung, das in Frankfurt am Main den SHK Award in der Kategorie Lüftung/Klima abräumen konnte. Bei der dezentralen Lüftung liegt das Augenmerk auf zwei wesentlichen Punkten: Zum einen ist eine hohe Effizienz Voraussetzung für den wirtschaftlichen Betrieb der Geräte, zum anderen müssen die einzelnen Lüftungsgeräte aufeinander abgestimmt ein Gesamtsystem bilden.

Der Helios EcoVent Verso zählt in beiden Kategorien zu den Besten seiner Klasse. Dank der vorkonfigurierten Bestell-Sets sowie der einfachen und schnellen Montage bietet der EcoVent Verso eine wirtschaftliche Lösung zur Be- und Entlüftung von Einzelräumen. Die perfekte Kombination aus Keramik-Wärmespeicher, Strömungsgleichrichter und EC-Ventilator macht den EcoVent Verso besonders effizient und leise. Mindestens zwei im Gegentakt arbeitende Geräte bilden ein funktionierendes Lüftungssystem, wobei abhängig vom Luftbedarf der Wohneinheit mehrere EcoVent Verso installiert werden.
Die intelligente Steuerung ermöglicht die optimale Abstimmung der einzelnen Volumenströme – selbst bei einer ungeraden Geräteanzahl. Darüber hinaus ist es erstmals möglich, in Kombination mit Abluftlösungen, wie Helios ultraSilence ELS oder MiniVent M1, eine echte Hybridlüftung zu realisieren.

Auch die Inbetriebnahme erfolgt besonders einfach: Dank der cleveren Software können die Einstellungen direkt über PC oder Laptop vorgenommen werden. Und das schnell und unkompliziert. Auf diese Weise bleibt den Bewohnern nur eines zu tun: Entspannt zurücklehnen und tief durchatmen!

Montagefreundlich

Für die Installation des EcoVent Verso sind je Lüftereinheit Wandöffnungen, z. B. mittels Kernbohrung, herzustellen und die elektrischen Leitungen vorzubereiten. Anschließend ist die Montage der Lüftereinheit schnell und einfach in drei Schritten erledigt. Mit dem neu entwickelten Laibungselement aus hochdämmendem EPP wird die Luft innerhalb eines Wärmedämmverbundsystems um 90° in die Fensterlaibung gelenkt. Bis auf das Gitter in der Fensterleiste ist kein Bauteil auf der Außenfassade zu sehen. ■

www.heliosventilatoren.de

Fotos: Schuchrat Kurbanov, Helios

Ein herzlicher Dank gilt unseren Sponsoren:

BWT
BEST WATER TECHNOLOGY

GRUNDFOS
ALPHA3

Buderus

Deutsche Handwerks Zeitung

ISH

Wir gratulieren den Gewinnern!