

Schlüter Systems

„Mehr Spaß mit Fliesen“ – mit dem Keramik-Klima-Boden

gr.- Mit einem neuartigen Keramik-Klima-Boden möchte Schlüter Systems dazu beitragen, dass niemand mehr so schnell kalte Füße bekommt – und will mit dieser Pro-Keramik-Offensive sich und seinen Partnern ein lang anhaltendes Hoch im derzeit alles andere als gemütlichen Branchenumfeld bescheren. „Mehr Spaß mit Fliesen“ versprechen die Iserlohner. Wir sprachen hierzu mit Vertriebsleiter Günter Broeks und Christian Brunsmann, verantwortlich für die Pressearbeit des innovativen Unternehmens.

? Auf der BAU 2003 und auch auf der Deubau im Januar 2004 ist Schlüter-Systems unter dem Motto „Mehr Spaß mit Fliesen!“ aufgetreten. Ist das nicht ein wenig Zweckoptimismus angesichts der miserablen Lage der Baubranche?

Günter Broeks: Keineswegs, das Ergebnis des vergangenen Jahres zeigt, dass wir den richtigen Weg eingeschlagen haben. Unsere Pro-Keramik-Offensive wird von den Kunden verstanden.

? Wie äußerte sich das konkret?

Günter Broeks: Trotz des starken Rückgangs im Fliesenabsatz auf geschätzte 145 Millionen m² – das sind 50 Millionen weniger als im Jahre 2000 – konnten wir im Schlüter-Systems Marktsegment unsere Umsatzplanungen übertreffen.

? Das wurde sicher durch einen starken Exportanteil ermöglicht.

Günter Broeks: Wir sind zwar traditionell sehr stark im Exportbereich, doch auch im Inland konnten wir uns 2004 weiter verbessern. Besonders erfreulich ist die Tatsache, dass wir auch im Osten Deutschlands zulegen konnten.

? Wie erklären Sie sich diesen Erfolg?

Günter Broeks: Unsere Kunden erkennen den Nutzen in der konzentrierten Zusammenarbeit mit uns. Produktinnovation, Logistik und Marketing-Bot-

schaften stehen hier im Einklang. Außerdem repräsentieren wir einen Wachstumsmarkt. Es gelingt uns, dieses Potenzial aufzuzeigen und gemeinsam mit unseren Kunden Wege für die Ausschöpfung zu erarbeiten. Vertrauen in die Marke zahlt sich aus. Nachweislich.

? Ihre neueste Marketing-Botschaft ist wohl der „Keramik-Klimaboden“. Steckt hinter diesem Begriff mehr als ein Marketing-Gag?

Christian Brunsmann: Es gibt erwiesenermaßen keinen Bodenbelag, der besser für beheizte Böden geeignet ist, als Fliesen und Platten. Das ist bauphysikalisch belegt. Und unser Firmenchef

Werner Schlüter hat mit „Bekotec-Therm“ ein System entwickelt, das diese Vorteile voll zum Tragen kommen lässt, und die bisher aufgetretenen Schwachstellen eliminiert.

? Wie funktioniert das?

Günter Broeks: Durch den geringen Schichtaufbau – 10 mm Rohüberdeckung – und die Eigenschaften der Ditra-Matte wird die Wärme schnell und gleichmäßig verteilt. Aufgrund der geringen Estrichstärke und der oberflächennahen Lage der Heizrohre entsteht ein optimales Wärmeempfinden, obwohl nachweislich weniger Heizenergie in die Konstruktion eingebracht werden muss. Außerdem entfällt mit der Ditra-Matte die Wartezeit auf die Belegreife des Heizestrichs. Das spart bis zu vier Wochen Bauzeit für einen dauerhaft rissfreien Belag.

? Sie bieten also mit Bekotec-Therm ein Heizsystem an?

Schlüter-Vertriebsleiter Günter Broeks (l.) und Christian Brunsmann, verantwortlich für die Pressearbeit, zu Gast in Duisburg.



Christian Brunsmann: Wir bieten unseren Vertriebspartnern die Gelegenheit, den kompletten Heizkörper-Fußboden zu vermarkten, eben den Keramik-Klimaboden. Klima heißt hier heizen und kühlen.

? Womit wir bei der Vermarktung wären. Machen Sie nun einen zweiten Vertriebsweg über den Sanitär-Fachhandel auf?

Günter Broeks: Obwohl wir uns mit Heizungsfachleuten verstärkt haben, liegt hier auch in Zukunft nicht unsere Kernkompetenz. Wir sehen uns nicht im Wettbewerb mit etablierten Heizungslieferanten. Deshalb sprechen wir nicht von einer typischen Fußbodenheizung, sondern von einem Keramik Klima Boden. Der Begriff „Keramik“ bindet unverwechselbar die Fachleute auf diesem Gebiet mit ein. Unsere Partner in Handel und Handwerk. Wir setzen daher auch

„Wir haben den richtigen Weg eingeschlagen. Unsere Pro-Keramik-Offensive wird von unseren Kunden verstanden.“



Günter Broeks,
Vertriebsleiter
Schlüter Systems

bei der Vermarktung des Keramik-Klimabodens voll auf den Fliesen- und Baustoff-Fachgroßhandel. Nur hier ist die entsprechende Keramik-Kompetenz gebündelt vorhanden.

? Keramik-Kompetenz ist sicher da, aber wie steht es mit dem Heizungs-Know-how?

Günter Broeks: Bei einer großen Zahl von Kunden ist es doch bereits vorhanden. Viele Großhändler haben Fliesen- und Heizungs-Abteilung unter einem Dach. Unsere Aufgabe ist es nur, die beiden zusammenzubringen, um das Potential Keramik-Klimaboden zu nutzen. Ansonsten steht unser hervorragend ausgebildeter Außendienst und eine Anwendungstechnik mit Heizungsfachleuten zur Beratung bereit.

? Wenn die Distribution gelöst ist, bleibt immer noch die Frage der Umsetzung vor Ort. Soll der Fliesenleger jetzt auch Estrich und Heizrohre verlegen?

Christian Brunsmann: Das ist überhaupt nicht nötig. Für die Umsetzung muss der Fliesenleger lediglich das Beziehungs-Netzwerk nutzen, das schon immer Bestandteil seiner täglichen Arbeit war: mit Estrichlegern, Heizungsbauern und Planern ist er doch tagtäglich im Kontakt. Diese Seilschaften lassen sich leicht für Bekotec-Therm aktivieren. Denn alle sind sehr schnell vom Nutzen des Keramik-Klimabodens überzeugt. Den kompletten Service rund um die Abwicklung der Baustelle bietet dann Schlüter-Systems: Massenermittlung, Heizkreisauslegung etc.

? Muten Sie dem Fachhändler und dem Handwerker vor Ort da nicht zuviel zu?



**PASERO DRAINPLASTER
VON KRONIMUS**

NUR 6,5 mm FUGE FÜR ALLE REGENFÄLLE

Edle Optik bei guter Versickerungsleistung sind die Vorteile des Pasero Drainpflasters. Ein Gutachten bestätigt, dass trotz der relativ engen Fuge die Forderungen für wasserdurchlässige Verkehrsflächen – 270 l/(sxha) – erfüllt werden. Der 20 x 20 cm große Pasero wird mit Splittverfüllung im Kreuz- oder Läuferverband verlegt. Je nach Einsatzgebiet gibt es den Pasero in 6 oder 8 cm Stärke. Er ist auch mit natursteinveredelten fein- oder sandgestrahlten Oberflächen lieferbar. Eine weitere Besonderheit: Trotz seitlicher Abstandshalter ist ein Altdeutscher Verband in Kombination mit einem 10 x 10 cm Zierstein beispielsweise aus dem Fino- oder Velouro-Programm möglich.



**Ein Qualitätsprodukt
von KRONIMUS.**

kronimus®

Hauptwerk Iffezheim:
Kronimus AG Betonsteinwerke
Industriegebiet · 76473 Iffezheim
Tel. 0 72 29 / 69 - 0 · Fax 0 72 29 / 69 - 1 99
info@kronimus.de
Werk Sachsendorf:
Kronimus GmbH & Co. KG Betonsteinwerk
Am Saale-Dreieck 1 · 39240 Sachsendorf
Tel. 03 92 94 / 2 70 - 31 · Fax 03 92 94 / 2 70 - 39

www.kronimus.de



„Mehr Spaß mit Fliesen“ verspricht Schlüter Systems. Bestandteil der Zusammenarbeit ist auch eine Verbundwerbung – wie hier mit der Fliesenkooperation IGA.

Bekotec-Therm ist nach Angaben des Herstellers eine zeitgemäße, sichere und rationelle Fußboden-Lösung.

unser Marketing bereits Früchte zu tragen.

? Welche Erwartungen hat Schlüter-Systems an die weitere Entwicklung des Keramik-Klimabodens?

Günter Broeks: Mit Bekotec-Therm bieten wir eine einzigartige, zeitgemäße, sichere und rationelle Fußboden-Lösung, mit sehr hoher Akzeptanz beim Endverbraucher. Unser Ziel ist es, dass 10 bis 15% aller beheizten Fußbodenkonstruktionen auf mittlere Sicht als Keramik-Klimaboden ausgeführt werden. Somit wäre Bekotec-Therm unseres Erachtens das marktführende Belags-Konstruktionssystem – und der

Beschleuniger für die Fliese.

? Ist Bekotec-Therm also auf dem besten Wege, ein Haupt-Umsatzträger zu werden?

Günter Broeks: Bis dahin ist es noch ein weiter Weg. Aber für unsere Fachhändler und für Schlüter-Systems ist es ein Sortimentsbestandteil von strategischer Bedeutung. Wir prognostizieren hier eine Ent-

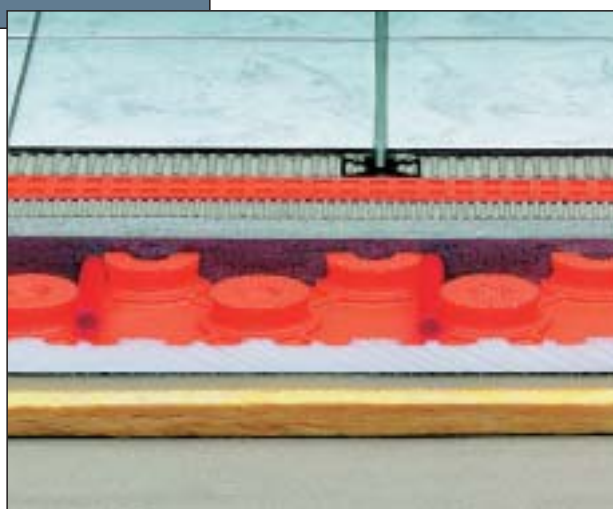
Günter Broeks: Wenn Sie einmal vergleichen, wie einfach ein Bekotec-Therm Objekt zu handhaben ist, gegenüber der Schnittstellen-Koordination für herkömmliche Fußbodenheizungen, dann werden Sie bemerken, dass hier tatsächlich die Arbeit vereinfacht wird. Außerdem ist es doch gerade im Zusammenhang mit der Novellierung der Handwerksordnung wichtig, den Fliesen-Fachhandwerkern Instrumente zur Verfügung zu stellen, mit denen Sie sich profilieren können. Der Keramik-Klimaboden ist ein solches Mittel. Wir laden Sie gerne ein, einmal eine Bekotec-Therm Baustelle zu besuchen und sich vor Ort selbst ein Bild zu machen.

? Mit welchem Marketing unterstützen Sie Ihre Kunden bei der Umsetzung?

Günter Broeks: Unter unserem Motto „Mehr Spaß mit Fliesen“ wartet ein durchgängiges Vermarktungskonzept, das Handel, Handwerk und Industrie in einem Leistungspaket einbindet. Dass wir den Heizungsgroßhandel bewusst nicht akquirieren, unterstreicht unsere klare Positionierung zum Fliesen- und Baustoffhandel. Er ist unser strategischer Partner. Durch gezielte Basisarbeit und Schulungen werden wir konsequent weiterhin Nachfrage schaffen. Das ist unsere Hauptaufgabe.

? Die Schulung Ihrer Vertriebspartner scheint ein wesentlicher Punkt zu sein?

Günter Broeks: Ganz richtig, eine wesentliche Voraussetzung ist die „Fitness“ in der Verarbeitung und im Verkauf von Systemlösungen wie Bekotec-



Therm. Mit der Ausbildung zum offiziellen Schlüter System-Handwerker bzw. Schlüter System-Verkäufer greifen wir diesen Schulungsbedarf auf. Neben kaufmännischen Grundlagen werden u. a. auch die praktischen Möglichkeiten im Umgang mit unseren Produkten in einem zweitägigen Seminar trainiert. Die neu erworbenen Kenntnisse bieten dem Handwerker Sicherheit und den Verkäufern wichtige Argumentationshilfen in der täglichen Arbeit. Da diese Aktivitäten in engster Zusammenarbeit mit unseren Fachhändlern durchgeführt werden, schaffen wir hiermit eine hohe Kundenbindung.

? Sie haben den Keramik-Klimaboden im Sommer letzten Jahres eingeführt. Wie ist denn die bisherige Resonanz im Markt?

Günter Broeks: Unsere Erwartungen wurden übertroffen. Und im ersten Quartal 2004 bemerken wir nochmals eine enorme Steigerung in den eingehenden Aufträgen. Hier beginnt

die Entwicklung ähnlich der Ditra-Matte. Deren Einführung verlief 1987 relativ unspektakulär, heute spricht in der Branche jeder von Entkopplung. Unsere Kernkompetenz bleiben die Profile! Wir haben nicht den Anspruch, etablierten Heizungsherstellern Konkurrenz zu machen. Vielmehr wollen wir den Keramik-Klimaboden als Instrument einsetzen, um die Attraktivität der Keramik zu erhöhen, damit unsere Vertriebspartner und Verarbeiter auch in Zukunft „Mehr Spaß mit Fliesen“ haben. ■

Frage des Monats

Wie beurteilen Sie die Vielzahl der Bau-/DIY-Serien (Doku-Soaps) im TV?

www.baustoffmarkt-online.de