

Fachnews

Nachrichten für die Bauträger und Fertighaushersteller

AUSGABE 8 / JUNI 2006

Qualifizierte Bohrunternehmen

Fachgerechtes Sondensetzen erfordert Spezialisten



Krystian Panitz und Stefan Sobotta, Vaillant Vermarktungsmanager Wärmepumpen, verdeutlichen anhand einer Bodenkarte, wie extrem unterschiedlich die Voraussetzungen für erfolgreiche Tiefenbohrungen regional sind, wenn Erdsonden korrekt gesetzt werden sollen.

Die stark gestiegenen Energiekosten haben die Nachfrage nach Erdwärmepumpen als kostengünstige und umweltfreundliche Energiequelle besonders im Neubaugeschäft spürbar ansteigen lassen. Nach Wachstumsraten von in den vergangenen Jahren durchschnittlich 37 Prozent - 2005 wurden bundesweit 18.200 Wärmepumpen, 60 Prozent davon mit Erdsonden, installiert (Quelle: BDH/BWP) - dürfte 2006 der Absatz eine neue Rekordhöhe erreichen.

>> Seite 2

Aus „unterbelichtetem Thema“ ein Produkt machen

„jetzthaus“: Marken machen Marken

„Manches ist auf dem Markt der Hausanbieter ganz gut und vieles ganz schön. Und alles ist ganz schön teuer. ... Am besten, wir fangen ganz von vorn an und erfinden das Haus neu.“ - Das sind (einige) der Gedankengänge, die zur Gründung von „jetzthaus“ führten. „jetzthaus“ mit Sitz in Nidda ist angetreten, aus dem „in der Marktwelt bislang unterbelichteten Thema Haus ein Produkt zu machen“, erläutert Geschäftsführer Bernd Schnell das Konzept.



In der Nähe von Frankfurt entsteht in diesen Wochen das erste Musterhaus von „jetzthaus“.

>> Seite 3

>> von Seite 1

Aus „unterbelichtetem Thema“ ein Produkt machen

„jetzthaus“: Marken machen Marken

Eine wesentliche Säule darin: Standardisierung in Planung, Produktion, Einkauf und Vertrieb zur Effizienzsteigerung. Eine ebenso wichtige: die ausschließliche Verwendung genau definierter Produkte von internationalen Marktführern wie Vaillant in Verbindung mit einem multifunktionalen Wohnkonzept, das dem Kunden ein ausgezeichnetes Preis-Leistungs-Verhältnis garantiert.

Derzeit entsteht in Niddatal-Ilbenstadt das erste Musterhaus. Parallel ist der Vertrieb für die Einfamilien-, Doppel- und Reihenhäuser angelaufen, die in Bezug auf technische Ausstattung und Vorrüstung alle identisch sind. Wie im Automobilbau setzt „jetzthaus“ nämlich auf eine Plattformstrategie. Der Kunde wählt dabei aus einer Matrix Haustyp, Grundriss, Dachform und Ausstattungsvariante. Von „Jung&frech“ über „Classic“ und „Exklusiv“ bis „Ausbau“ reicht die Bandbreite. Anschließend geht es, ebenfalls wie beim neuen Auto, mit der „Zubehör-

liste“ weiter. Die sich aber tatsächlich ausschließlich mit „Zubehör“, wie der Einbauküche, befasst. Denn die Funktionalitäten, und damit deren Quali-



Mit langjähriger IT-Erfahrung als „Gericom“- bzw. „Autoscout 24“-Mitbegründer wollen Otto Schött (li.) und Bernd Schnell das „unterbelichtete Thema Haus“ zu einer Qualitätsmarke machen.

tätsniveau, sind gewissermaßen bau-seits definiert und auf das mit ökologischen Baumaterialien massiv erstellte Haus abgestimmt: je nach energetischem Gebäudestandard - bis hin zum KfW 40- bzw. -2-Liter-Haus - mit

Gas-Brennwerttechnik oder Erdwärmepumpe, raumunabhängiger Flächenheizung, kontrollierter Wohnraumlüftung und Bus-System.

Auf jeden Fall aber immer mit Produkten von Markenherstellern, ist für Bernd Schnell wichtig: „In einer standardisierten Welt fragen 90 Prozent der Kunden zuvorderst nach dem Preis. Diese Diskussion erübrigt sich von selbst, wenn wir die Qualität und die Funktionalitäten starker Markenprodukte wie Dornbracht bei den Armaturen, Poggenpohl bei Küchen oder Vaillant in der Heiztechnik dagegen-

setzen.“ Zukunftssicherheit, Haltbarkeit und günstige Betriebskosten waren daher für die „jetzthaus“-Macher drei entscheidende Kriterien bei der Auswahl der Partner, mit denen die Haustechnik realisiert wird. „Wir verstehen uns als Anwalt der Bauherren, wenn wir vor der Entscheidung für eine Heizung oder eine Lüftungsanlage genau nachfragen, worin sich die Produkte der verschiedenen Anbieter unterscheiden.“ Unterschiede, die dann anschließend entsprechend detailliert kommuniziert werden: „Der Kunde baut so Know-how auf, wodurch er die verschiedenen Anbieter bzw. deren Leistungen besser vergleichen kann. Die Entscheidungsfindung wird also von der reinen Preis- auf eine höhere Sachebene verschoben.“

Das modulare Hauskonzept und die wählbare Ausstattung mit Produkten namhafter Markenhersteller sind damit der Weg, aus der Vergleichbarkeit heraus zu einer in erster Linie qualitätsorientierten Kaufentscheidung zu kommen.

Vertriebsstruktur neu organisiert

Kompetenz in der Fläche

Vaillant hat die Vertriebs- und Serviceorganisation komplett neu ausgerichtet. Anstelle der regional organisierten Teams sind jetzt funktionale Strukturen geschaffen worden.

So wird sich ein Kompetenzteam beispielsweise ausschließlich für Bauträger und Fertighaushersteller engagieren, andere sich auf die Ansprechpartner aus dem Fachhandwerk oder dem Fachgroßhandel konzentrieren. Durch diese Fokussierung, die mit einem hohen Maß an Eigenverantwortung einhergeht, wird erreicht,

dass die Vaillant Ansprechpartner die spezifischen Aufgabenstellungen ihrer Kunden sehr genau kennen und entsprechend kompetent beraten können.

Darüber hinaus werden sich weitere Experten zukünftig vor Ort um Themen wie Wärmepumpe, Photovoltaik, Blockheizkraftwerke, Solarthermie, Klima- und Lüftungstechnik usw. kümmern.

Die Kontaktdaten Ihres persönlichen Ansprechpartners finden Sie unter www.vaillant.de/Fachpartner.