

KURZ NOTIERT

Verkauf

Atlas Copco verkauft seinen Geschäftsbereich Elektrowerkzeuge mit den Marken AEG und Mäwac an **Techtronic Industries (TTI)** in Hongkong für 712 Millionen Dollar. TTI ist ein Schweizer Anbieter von Elektrowerkzeugen und Geräten für die häusliche Bodenpflege.

Wettbewerbsvorteile

Die Gütegemeinschaft Mehrscheiben-Isolierverglas, **GMI**, stellt in einer sechsstufigen Broschüre die Vorteile dar, die eine Mitgliedschaft für Isolierverglasersteller bringt. GMI-Geschäftsführer Rüdiger Graap sagt: „Die Mitglieder erhalten schnelle und unbürokratische Unterstützung beim Ü-Zeichen, beim CE-Zeichen und exklusiv beim RAL-Gütezeichen.“

Drei Jahre Vollgarantie

Für alle vom September 2004 an in Europa gekauften gewerblichen (Bau-) Elektro- und



Reparaturen, die länger als fünf Tage dauern, sind kostenlos.

Werkzeuge gewährt **Bosch** drei Jahre Garantie. Für Gewerbe sind dies zwei Jahre mehr als bisher. Käufer müssen sich allerdings innerhalb von vier Wochen nach dem Kauf über die Internet registrieren.

Neue Meister

Mit einer bestandenen praktischen Meisterprüfung im Metallbau Handwerk hat die **Handwerkskammer Hall-Branden-Franken** haben seit September neun Handwerker ihren Meisterbrief in der Tasche. Die Jungmeister sollen ihren idealen Lauf und Fertigen unter



Markus Pym aus Löwenstein baute ein elektr betriebenes Kinderfahrzeug.

anderem einen E-Bike-Strahler, einen höfnerverstellbaren Computertisch, ein Kinderkarussell und einen Montagetrich, der ein Gewicht von 400 kg trägt.

20-jähriges Jubiläum

Die **Brück Rohrverbindungen GmbH** wurde 1984 als Vertriebsorganisation der Ercheimer Brück GmbH gegründet, um Behälter-, Apparate- und Anlagebau sowie den Branchen Chemie, Petrochemie und Kraftwerksbau Komplettangebote zu bieten. Heute bedient Widen den Bereich Nordsee- und Ostsee, Schweden, Finnland und die neuen EU-Mitgliedsstaaten Ungarn, Polen und Tschechien sowie Kunden. Der direkte Exportanteil liegt bei rund 30 Prozent.

Umsatz nicht um jeden Preis

Wera hat im ersten Halbjahr 2004 die Durchschnittsprämie stabilisiert. Der Ruderberger Feinwerkhersteller hat zu Gunsten einer Ergebnisverbesserung teilweise bewusst auf Umsatz verzichtet, der sich von 83,2 auf 88,1 Millionen Euro verringerte. Im Gegenzug wurde das operative Ergebnis verbessert und der saisonal bedingte Verlust von 1,8 auf 2,3 Millionen Euro verringert. Als Gründe nennt der Hersteller Einsparungen bei Personal, Sach- und Gemeinkosten. Für das Gesamtjahr 2004 rechnet Wera mit einem leicht negativen Ergebnis.



Landesinnungsmeister Erwin Kestys eröffnete das Hoffest des Landesinnungsverbandes Berlin-Brandenburg.

Landesinnungsverband Hoffest mit Gästen

Am 20. August 2004 führte der Landesinnungsverband Berlin-Brandenburg ein traditionelles Hoffest auf dem Gelände der Innung in der Klippenicker Straße in Berlin-Kreuzberg durch. Trotz warmwetterlicher Regenschauer liefen die Vorbereitungen planmäßig und ab 14 Uhr belohnte dann strahlender Sonnenschein die etwaigen

Helfer. Bei Jazzmusik, kaltem und warmem Bitter und gemunden alkoholfreien Getränken am Stand der Innungskrankenkasse aber auch einem steifigen Bier, ließ es sich hervorragend feilschen und diskutieren. Die Innungsmitglieder und zahlreichen Gäste aus Politik, Wirtschaft, Partnerverbänden, Industrie und Handwerk fanden wieder viele lebende Worte für dieses gelungene Fest. ♦

Personenwerbung Immer mehr Akku

Auf einer Pressekonferenz Anfang September erläuterte Hubert Carl als Deswolt-Vertriebs- und Marketingleiter die Veränderungen des Marktes für Elektrowerkzeuge. „In zehn Jahren kommt jeder zweite Euro Umsatz von akkubetriebenen Werkzeugen.“ Zuerst sind es 30 Prozent.

Carl stellte die Umsatzzahlen des Gesamtmarktes für Elektrowerkzeuge aus den Jahren 1994 und 2004 gegenüber. 1994 machte der Fachhandel 54 Prozent des Umsatzes, Baumärkte hatten einen Anteil von 40 Prozent. 2004 werden Fach- und Baumärkte je 50 Prozent erwirtschaften.

Deswolt hat sich in den letzten Jahren zur erfolgreichsten Profimarkte im Black & Decker-Konzern entwickelt. Die Marke will

auch weiterhin nur über Center-Händler vertrieben werden. Carl präsentierte den Journalisten seine Produkte, mit denen der Hersteller den Bedürfnissen des Metallhandwerkers entsprechen will. Dazu gehören Akku-Schlagschrauber und eine Akku-Strichlauge, die MBT in der kommenden Ausgabe vorstellt. ♦



„Auf der Arbeit, beim Lernen, in der Freizeit und beim Einkauf – Wir sprechen den Endkunden überall an“, erläutert Hubert Carl als Black & Decker-Geschäftsführer die Werbestrategie des Tochterunternehmens Deswolt.