



REFLEX

05.2015 Für die Branche. Engagiert. Unverblümt. Subjektiv.

Warum sich Mietwäsche lohnt:
**Gut fürs Image.
Und fürs Budget.**

Wie wirtschaftet Amerika?

BF-Azubis berichten von ihrer Bildungsreise in die USA.

Heute Komfort. Morgen Sicherheit. Keramik 100 von concept.

Drei tolle »Mitbewohner«, über die sich jeder Haushalt freut: leise, sparsam und sicherheitsbewusst.

Kleine Veränderungen mit großer Wirkung: Vertriebsanpassungen bei BF.



Wie wirtschaftet Amerika? BF-Azubis berichten von ihrer Bildungsreise in die USA.



Heute Komfort. Morgen Sicherheit. Keramik für barrierefreie Anwendung.



Drei tolle »Mitbewohner«, über die sich jeder Haushalt freut: leise, sparsam und sicherheitsbewusst.



Wir suchen Azubis. Für Büromanagement, im Groß- und Außenhandel und für Lagerlogistik.

TOPTHEMA



Warum sich Mietwäsche lohnt: Gut fürs Image. Und fürs Budget.

4

BRANCHENGEFLÜSTER

Damit Sie mitreden können 3

REPORTAGE

BF-Azubis auf Bildungsreise 6

PRODUKTEMPFEHLUNGEN

Leise, sparsam, sicherheitsbewusst 9

INTERN

Vertriebsanpassungen bei BF 10

GEWINNSPIEL

Scrabble 11

IMPRESSUM

Herausgeber

Bergmann & Franz
Nachf. GmbH & Co. KG
Lützowstraße 74
10785 Berlin (Tiergarten)
Postfach 30 13 20
10721 Berlin

Ansprechpartner

Andreas Wünsche
Telefon (030) 26 08-17 24
a.wuensche@bfgruppe.de

Realisation

Team Bose GmbH
www.teambose.de

Redaktionsschluss

27.04.2015

Gedruckt auf Galaxi Keramik

© Bergmann & Franz
Nachf. GmbH & Co. KG
Druckfehler, Irrtümer und alle
Rechte vorbehalten. Kein Teil die-
ser Zeitschrift darf ohne schrift-
liche Genehmigung veröffentlicht
oder verbreitet werden.

NACHGEFRAGT

COMICZEICHNER BEI ALBERTO UDERZO.

Der BF.REFLEX-Fragebogen: Heute mit Knut Weineck, Gebietsverkaufsleiter Mitte.



Wo und was haben Sie heute gefrühstückt?

Gefrühstückt habe ich wie immer zu Hause mit meiner Familie. In der Regel gibt es Knäckebrot mit Frühlingsquark.

Was wollten Sie werden, als Sie klein waren?

Comiczeichner bei Alberto Uderzo.

Ihr Lieblingstier ist:

Der Delfin, verfügt er doch über einen hohen Grad an Intelligenz und Sozialkompetenz.

Zuletzt richtig gefreut haben Sie sich über:

Über die Sonne in meinem Gesicht.

Zuletzt richtig geärgert haben Sie sich über:

Richtig ärgern gibt es bei mir eigentlich nicht.

Welche Musik hören Sie gern?

Zum Leidwesen meiner Mitarbeiter höre ich im Büro Schuberts »Die Unvollendete«. Das regt meine Kreativität an.

Welchen Menschen bewundern Sie wofür?

Dazu fällt mir eigentlich nur ein Zitat des Schriftstellers Ambrose Bierce ein: »Bewunderung ist die höfliche Beachtung des anderen Menschen, der Ähnlichkeit mit dir hat.«

Wer oder was wären Sie gern im nächsten Leben?

Na, der Superheld, der Frieden und Toleranz auf die Erde bringt.

Welche drei Gegenstände nehmen Sie mit auf eine einsame Insel?

Da ich ein Familienmensch bin, kommt eine einsame Insel für mich nicht in Frage.

Vielen Dank Herr Weineck.

An Berlin mögen Sie:

Die offene Art und das Multikulti. Es wird nie langweilig.

Union oder Hertha?

Mit Fußball habe ich es nicht so. Als alter »Fuchs« gilt meine Leidenschaft dem Handball.

Schmeckt gut:

Schwierige Frage, aktuell bemühen wir uns zu Hause saisonale Gerichte aus der Region zu kochen.

Was war Ihre persönlich größte Leistung?

Unsere zwei Kinder nicht nur in die Welt gesetzt zu haben, sondern ihnen sowohl Halt zu geben als auch Vertrauen entgegen zu bringen.

Glück ist ...

Wer das, was er liebt, auch wagt, mit Mut zu beschützen.

Sie sind ein Superheld. Was würden Sie gern können?

Den Frieden auf die Erde bringen und Toleranz sähen.

BRANCHENGEFLÜSTER

Was Sie wissen sollten, um mitreden zu können.

Wir können alles. Alles kopieren. Nach diesem Motto scheinen Hersteller aus dem Reich der Mitte immer noch zu verfahren. 80 % der auf der ISH sichergestellten Plagiate stammen aus China. Hochwertige Armaturen und Pumpen vor allem. Dornbracht diente an erster Stelle als »Vorbild«, gefolgt von Hansgrohe. Trat auf der Messe dann der Zoll, der für solche Aufgaben zuständig ist, auf den Plan, wurde die Strafe ohne zu zucken in bar bezahlt. Die Kosten, die sich leicht auf mehr als 1.000 Euro beliefen, waren anscheinend einkalkuliert. Die Zahl der entdeckten Fälschungen ist leicht rückläufig, durch die vermutete Dunkelziffer besteht jedoch weiterhin Grund zur Sorge. **Erfinderisch sind sie ja, aber keine Erfinder.**



Genug ist genug. Denkt man sich in der Schweiz und erlässt eine »Verordnung gegen übermäßige Vergütung bei börsennotierten Unternehmen«. Diese Verordnung, die die Ausgaben für die Konzernleitungen betrifft, wurde jetzt auch von Geberit umgesetzt. Wenn man sich die Spitzenkräfte einiger Konzerne in Deutschland ansieht, wünscht man sich ähnliche Vorgaben auch hierzulande. **Aber die wissen ja oft nicht, wann es genug ist.**

AN DER MIETWÄSCHE SOLLT IHR SIE ERKENNEN!

ACHTUNG
DBL bietet allen BF-Kunden
4 Wochen lang eine kostenfreie
Belieferung bei Abschluss eines
Neuvertrages für Berufskleidung
an. Das Angebot gilt bis Ende
2015. Sie müssen nur ihre
BF-Kundenkarte vorlegen.

Warum sich Corporate Fashion lohnt und wieso BF sie nicht kauft.

Für den ersten Eindruck gibt es keine zweite Chance. Und der hängt maßgeblich vom äußeren Erscheinungsbild eines Menschen ab. Deshalb tragen BF-Mitarbeiter einheitliche und gebrandete Berufsbekleidung, die Teil unserer Corporate Identity (CI) ist. Nach gründlicher Recherche haben wir uns für Mieten statt Kaufen entschieden.

Wie das geht und was es bringt, beleuchten wir im Gespräch mit unserem Anbieter, der DBL Kuntze & Burgheim Textilpflege GmbH.



Unternehmen, die es ernst meinen mit der Corporate Identity, müssen ihren Mitarbeitern irgendwann an die Wäsche gehen. Denn was nützt es, viel Geld in den visuellen Auftritt und die Kommunikation eines Unternehmens zu stecken, wenn beim direkten Kundenkontakt blanke Anarchie herrscht – zumindest äußerlich. Corporate Fashion – also einheitliche Arbeitskleidung, die das Logo des Unternehmens trägt und vielleicht sogar in den Firmenfarben daherkommt – sorgt für einen hohen Wiedererkennungswert und ist ganz nebenbei eine gute Werbung. Denn je konsequenter ein Unternehmen sein Image auf den Markt trägt, desto glaubwürdiger ist es. Darüber hinaus hat Corporate Fashion natürlich auch eine Innenwirkung. Sie trägt dazu bei, dass Mitarbeiter sich mit ihrem Unternehmen identifizieren können, stärkt das WIR-Gefühl und die Motivation. Und das hat durchaus positive Auswirkungen auf die Leistung.

BF entscheidet sich für Mietwäsche. Und hat eine Sorge weniger.

Die Einführung von Corporate Fashion stand bei BF also nie zur Debatte, wohl aber die Frage, auf welchem Wege man sie beschafft. Die Wäsche selbst zu kaufen, aufzubewahren, zu pflegen und bei Bedarf zu erneuern, erschien uns anstrengend und preislich schwer kalkulierbar. Also begannen wir, uns nach einem geeigneten Mietwäsche-Anbieter umzusehen. Und fanden ihn in der Firma DBL Kuntze & Burgheim Textilpflege GmbH. Sie überzeugte uns mit einem attraktiven Preis-Leistungs-Verhältnis, Flexibilität und – auch nicht ganz unwichtig – ihrem Wäsche-Angebot. Denn das DBL-Haus arbeitet unter anderem mit dem Hersteller MASCOT zusammen, einer renommierten Berufsbekleidungs-marke.

Nach fast einem Jahr der Zusammenarbeit fällt unser Resümee äußerst positiv aus: Mietwäsche ist die kostengünstigste Variante, Mitarbeiter einheitlich, aber aufgabenspezifisch zu kleiden. Beim Ausscheiden von Mitarbeitern oder aber auch beispielsweise gravierenden Gewichtsveränderungen werden die Sachen schnell und preiswert ausgetauscht. Das Beste aber ist: Wir müssen uns um nichts kümmern und können unsere Zeit anders nutzen. Vielleicht haben Sie ja auch schon über Corporate Fashion und/oder Mietwäsche nachgedacht. Dann wird Sie das Procedere eines Mietwäsche-Services vermutlich genauso interessieren wie uns. Wir haben uns darüber mit Herrn Norbert Franz, Key Account Manager bei Kuntze & Burgheim Textilpflege, unterhalten. Möglicherweise bringt dieser Artikel Sie aber auch erst auf eine Idee...

Was bietet ein Mietwäsche-Service?

Franz: Mietwäsche ist ein Full Service für Berufskleidung. Dabei übernehmen wir als Dienstleister die komplette Abwicklung mit Kauf, Bevorratung und Bearbeitung der Kleidung. Auch das Waschen, Reparieren und der Austausch der Kleidung gehören dazu. Der Nutzen für unsere Kunden liegt dabei nicht nur in einem einheitlichen Erscheinungsbild der Mitarbeiter in branchenspezifischer Kleidung, sondern auch in der Kostenkontrolle für das Unternehmen – ein ganz wichtiger Punkt.

Außerdem beinhaltet unser Mietwäsche-Service auch Handtücher, Waschraumrollen und Schmutzfangmatten.



Wie gehen Sie vor, wenn Sie einen neuen Kunden haben?

Franz: Zunächst ermitteln wir den Bedarf: Welche Tätigkeiten werden im Unternehmen ausgeführt und welche Funktion muss die Kleidung erfüllen? Im zweiten Schritt geht es dann um die Optik der Arbeitskleidung. Also welche Modelle gefallen, ob die Firmenfarben aufgegriffen werden und ein Logo appliziert werden soll, um den CI-Gedanken wiederzugeben. Auch die Menge der Kleidung und die Frage, in welchem Rhythmus sie gewechselt werden soll, müssen besprochen werden.

Gibt es verschiedene Modelle für eine Berufskleidung und geht die Mietwäsche auch mit der Mode?

Franz: Die DBL arbeitet mit Konfektionären zusammen, die gewährleisten müssen, dass es die einzelnen Modelle auch nach vier oder fünf Jahren noch gibt. Es geht in erster Linie um die Funktionalität und den Tragekomfort, wobei der modische Aspekt mittlerweile sehr wichtig geworden ist. Die Berufskleidung hat sich in den letzten Jahren auch optisch sehr verändert. Es gibt zwar immer noch den klassischen Blaumann, aber man kann Berufskleidung mittlerweile in sehr viel mehr Farben, mit extra Taschen, Kniepolstern und Schlaufen sowie Kontrastnähten und farblichen Applikationen bekommen. Der Mietservice der DBL bietet also Kleidung mit »Funktion plus Optik«.

Wie sucht der Kunde die Modelle aus?

Franz: Wir präsentieren unsere Kleidung eigentlich immer bei einem persönlichen Termin, meistens im Betrieb des Kunden. Auch ein Besuch in unserem Vertriebsbüro in Wilmsdorf bietet die Möglichkeit, Kleidung zu bemustern. Natürlich kann man sich auch im Internet ein Bild über die DBL-Kollektionen machen. Bei einem Mustertermin haben wir dann verschiedene Kollektionen im Gepäck. Das ist wichtig, damit die Kleidung auch angefasst und richtig geprüft werden kann. Hat sich der Kunde entschieden, werden alle Mitarbeiter eingekleidet. Dabei nehmen wir Größe und Maße jedes Einzelnen auf und speichern sie in unserem System ab. Damit es später keine Verwechslungen gibt, wird die Wäsche jedes Mitarbeiters gekennzeichnet.

Was passiert, wenn etwas kaputt oder verloren gegangen ist?

Franz: Defekte Kleidung wird repariert, auch ein Größentausch der Kleidung für einzelne Mitarbeiter ist möglich und im Mietpreis enthalten. Unsere Kunden können also mit festen Kosten rechnen. Verloren gegangene Kleidung können wir gleichwertig ersetzen, da wir sämtliche Daten der Kleidung hinterlegt haben. Hört ein Mitarbeiter auf, melden wir ihn kostenfrei aus dem System ab und ziehen die Kleidung wieder ein. Änderungswünsche gibt der Kunde telefonisch im

Callcenter, per Fax oder E-Mail bekannt. In Zukunft soll das aber auch auf unserer Online-Plattform möglich sein.

Was kostet so ein Mietwäsche-Service?

Franz: Das kann ich so pauschal nicht sagen, da die einzelnen Aufträge doch sehr unterschiedlich sind. Ich empfehle da wirklich, sich ein individuelles Angebot erstellen zu lassen.

Ab welcher Unternehmensgröße bzw. Abnahmemenge lohnt sich Mietwäsche?

Franz: Wir kleiden schon Firmen mit drei oder vier Mitarbeitern ein. Unternehmen sollten unser Angebot einfach mit den bisherigen Kosten vergleichen – dann fällt die Entscheidung wie von allein. (lacht)

Seit wann gibt es DBL und wie ist das Unternehmen aufgebaut?

Franz: Die DBL – Deutsche Berufskleider-Leasing GmbH – wurde 1971 gegründet und ist ein Firmenverbund mittelständischer Unternehmen mit 24 Standorten. Durch die Dichte der regionalen Vertretungen haben wir kurze Wege und sind immer ganz schnell bei unseren Kunden. Die DBL hat insgesamt 30.000 Kunden bundesweit. Der Berliner Standort gehört unter anderem zur Firma Kuntze & Burgheim Textilpflege GmbH. Das ist ein Betrieb aus Hannover, den es schon seit 1928 gibt und der Gründungsmitglied der DBL war. Das Berliner Büro in der Holsteinischen Straße/Wilmersdorf ist besetzt mit unserem Außendienstmitarbeiter Christian Kaiser und unserer Sekretärin Kerstin Dreimann. Ich leite das Büro und bin für unsere Bestandskunden verantwortlich. Von denen gibt es rund 400 in Berlin und sie kommen aus allen Branchen: Handwerk, Kfz-Werkstätten, Lebensmittelproduktion, Einzelhandel und Hotellerie.

Wie ist die Mietwäschebranche in Berlin im Allgemeinen strukturiert?

Franz: Es ist wie in jeder anderen Branche auch: Alle wollen nach Berlin. Mittlerweile ist der komplette Wettbewerb hier. Aber das ist okay, denn der Markt gibt es her. Noch immer gibt es jede Menge Unternehmen, die unseren Service noch gar nicht kennen oder ihn noch nicht nutzen, weil sie den CI-Gedanken noch nicht auf die Kleidung übertragen haben. Aber sie alle sind potenzielle DBL Kunden.

Was genau liefern Sie eigentlich an BF?

Franz: Bei BF kleiden wir zur Zeit ca. ein Drittel der Mitarbeiter in den Niederlassungen ein. Die BF-Kollektion beinhaltet Winterjacken, Bundjacken, Latz- und Bundhosen sowie bedruckte T-Shirts und Kapuzenjacken.

Vielen Dank für das Gespräch.

BF-AZUBIS AUF DER SUCHE NACH AMERIKA.

Bildungsreise in das Land der unbegrenzten Möglichkeiten und Gegensätze.

Vier unserer Auszubildenden haben im Oktober 2014 an einer 2-wöchigen Bildungsreise in die USA teilgenommen (ja, auch Azubis stehen nach dem Berliner Bildungsurlaubsgesetz pro Kalenderjahr 10 Arbeitstage Bildungsurlaub zu!). Sie konnten sich ein Bild von den Arbeits- und Studienbedingungen dort machen, hinter die Kulissen einiger großer Unternehmen schauen und ganz nebenbei ihre Englischkenntnisse vertiefen. Wie sie Land und Leute erlebt haben, möchten Ihnen zwei der vier Teilnehmer heute selbst erzählen. Wir liefern die Hintergrundinformationen. Vielleicht bringt unser Bericht Sie oder Ihre Azubis ja auf eine Idee...?

Dass Berufsschulen ihren Schülern Bildungs- und vor allem Sprachreisen anbieten, ist eigentlich nichts Ungewöhnliches. Auch das Oberstufenzentrum Handel I, in dem unsere Azubis ihre theoretische Ausbildung absolvieren, organisiert als »Schule ohne Rassismus« regelmäßig Auschwitzfahrten, außerdem klassische Sprachreisen sowie Praktika im Rahmen der Europa-Programme. Die Idee zu einer Sprachreise in die USA kam den Auszubildenden selbst – im Englischunterricht. Da sie eine Lehrerin mit Erfahrung im deutsch-amerikanischen Austausch vor sich hatten, fiel ihre Idee auf fruchtbaren Boden. Die Schule rief tatsächlich ein USA-Pilotprojekt ins Leben. Sie fand eine Partnerschule mit Wirtschaftsschwerpunkt in Richmond, Virginia, die den Azubis unentgeltlich Unterkunft sowie die Teilnahme an selbstgewählten Lehrveranstaltungen bot, organisierte Begegnungen mit Vertretern großer amerikanischer Unternehmen wie amazon und Lowe's (zweitgrößter Baumarkt der USA), knüpfte Kontakte zu Lokalpolitikern und überzeugte eine Gemeinschaft der Amischen, die Azubis zu empfangen.

Teilnahmebedingungen.

Da nur 12 Azubis mitfahren konnten, fand am Oberstufenzentrum Handel I ein Auswahlverfahren statt, bei dem die Noten, der Lebenslauf, die allgemeine Interessenslage und ein von den Jugendlichen verfasstes Motivationsschreiben berücksichtigt wurden. Natürlich mussten auch die Ausbildungsbetriebe dem Bildungsurlaub zustimmen. Obwohl es in unserem Fall gleich vier Azubis auf einmal betraf, war klar, dass wir sie ziehen lassen würden. Mehr noch, wir beschlossen, die Reise auch zu sponsern. Schließlich bot sich den zukünftigen Kaufmännern und -frauen im Groß- und Außenhandel die Gelegenheit, viel über Amerika zu lernen. Ein Land, das mit dem Freihandelsabkommen als Handelspartner für Deutschland und vielleicht auch BF an Bedeutung gewinnen wird. Reisen trägt eigentlich immer zur Persönlichkeitsentwicklung und in diesem Falle auch zur Teambil-



dung bei. Und last but not least wollten wir auch ein Zeichen unserer Wertschätzung für den »Nachwuchs« setzen.

Ursprünglich war für die Reise ein Fixkostenpreis von 1.400,00 Euro pro Person festgesetzt worden, der von jedem Azubi selbst getragen werden musste. Doch nicht umsonst ist Fundraising ein Teil der Ausbildung: Durch Spenden- und Drittmittelinwerbung gelang es den Azubis, die Summe auf rund 700,00 Euro pro Person zu reduzieren.

Die nächste USA-Bildungsreise kommt bestimmt.

Weil die Reise von allen Beteiligten als Erfolg verbucht wurde, wird es in diesem Jahr eine zweite USA-Bildungsreise geben: vom 1.-15. Oktober. Danach entscheidet die Schulleitung neu über den Fortbestand des Projektes.

Und hier die »Reiseberichte« unserer Azubis:

Kiona Selmke, Ausbildung zur Kauffrau im Groß- und Außenhandel, Fachrichtung Fliese & Naturstein:

Durch meine amerikanischen Wurzeln hatte ich schon öfter Gelegenheit, in die USA zu fliegen, doch diesmal konnte ich sozusagen hinter die Kulissen von Amerika schauen. Jeder, der USA hört, denkt sofort an die tollen Sachen, aber ich habe mich besonders darauf gefreut, die Gegensätze in Bezug auf Arbeitsbedingungen und das Schulsystem kennenzulernen. Unsere Partnerschule war die Virginia Union University, an der hauptsächlich Afro-Amerikaner studieren. Trotz kultureller Unterschiede wurden wir sehr herzlich von den Schülern und Lehrkräften aufgenommen. Während unseres Aufenthaltes fand das jährliche »Homecoming« statt, ein Treffen mit ehemaligen Studenten und Universitätsangehörigen. Durch dieses Ereignis konnten wir das Leben an einer amerikanischen Universität noch besser kennenlernen. Auffällig war der starke Zusammenhalt der Studenten untereinander. An drei Tagen hatten wir die Möglichkeit, in den Unterricht der Universität reinzuschneppern. Schnell fiel uns auf, dass die Art der Disziplin sowie der Beschulung anders ist als bei uns in Deutschland/Berlin. In den Kursen, welche ich besuchte, hatten die Schüler sowie die Lehrer großes Interesse daran, das Sozialleben, die Kultur und Traditionen der Deutschen kennenzulernen. Großes Thema in meinem Kurs war zum Beispiel der Mauerfall.

An einem Tag besuchten wir das Einzelhandelsunternehmen Lowe's – ein riesiger Laden. Der Filialleiter führte uns durch und erzählte uns etwas zu den einzelnen Produkten, den Arbeitsbedingungen und den Arbeitsabläufen. Beim Thema Arbeitsbedingungen staunten wir nicht schlecht. Der Filialleiter berichtete ganz stolz, dass seine Mitarbeiter 6 bezahlte Krankheitstage und Mütter, die in Mutterschutz gehen, 6 bezahlte Wochen erhalten. Beim Urlaub ist es so geregelt, dass Mitarbeiter in den ersten zwei Jahren 7 Tage Urlaub bekommen. Sind sie zwischen 2 und 5 Jahren in dem Unternehmen tätig, haben sie Anspruch auf 2 Wochen Urlaub. Bei 5–15 Jahren sind es 3 Wochen und nach 15 Jahren steigt der Anspruch auf 4 Wochen Urlaub im Jahr. Wenn man überlegt, dass wir in Deutschland einen Mindesturlaub von 24 Tagen haben, unabhängig davon, wie lange man in dem Unternehmen arbeitet, ist das schockierend wenig.

An den anderen Tagen fuhren wir durch Richmond und nach Washington, um uns dort die Sehenswürdigkeiten anzuschauen und uns mit der politischen Situation sowie den kulturellen Unterschieden im Land auseinanderzusetzen.

Ein besonderes Erlebnis war ein Ausflug zu den Amischen. Das ist eine Gemeinschaft, die komplett auf Elektronik und die technische Entwicklung verzichtet. Ein totaler Gegensatz zu dem Amerika, das man eigentlich kennt.

Im Großen und Ganzen hat mir die Reise sehr viel Spaß gemacht. Man hatte die Möglichkeit, Dinge und Menschen kennenzulernen, die man bei einem normalen Amerikaurlaub nicht kennengelernt hätte. Ich konnte meine Englischkennt-

nisse verbessern und habe gelernt, mich mit Menschen auseinanderzusetzen, die ich vor der Reise noch nicht so gut kannte.

Vielen Dank an Bergmann & Franz, die uns bei der Reise so großzügig unterstützt haben.

Rico Scheithauer, Ausbildung zum Kaufmann im Groß- und Außenhandel, Fachrichtung Sanitär/Heizung/Installation:

Wir waren an einer Universität (VUU) mit überwiegend schwarzen Studenten untergebracht. Die Minderheit stellen dort die »Weißen«. Wir wurden sehr offen empfangen und man begegnete uns ohne Vorurteile. Die häufig unterstellte Meinung, dass die Amerikaner nicht auf dem aktuellen Stand der deutschen Geschichte sind, können wir nur bestätigen. Besonders bewusst wurde mir der kulturelle Unterschied zwischen Deutschland (DL) und den USA bei den Arbeitsbedingungen. In DL herrschen regulierte Arbeitsbedingungen zum Schutz des Arbeitnehmers, es gibt einen Kündigungsschutz und auch das Thema Arbeitszeit wird per Gesetz geregelt. Die Hire- and Fire-Mentalität in Amerika übt einen enormen Druck auf die Arbeitnehmer aus. Wir mussten feststellen, dass viele zur Sicherung ihrer Existenz mindestens zwei Jobs ausüben.

Bei unserem Besuch von Lowe's (vergleichbar mit dem Bauhaus in DL) stellten wir fest, dass DL im Bereich Sanitär und Heizung einen Technologiefortschritt gegenüber Amerika aufweist. Der aktuelle Standard in Deutschland weicht deutlich von den Gegebenheiten in Amerika ab. Aus unserer Sicht herrscht in Amerika eine veralteter Technikstand. Dies wird an den folgenden Beispielen deutlich:

- Zweigriffarmaturen in Amerika versus Einhebelarmaturen in Deutschland
 - Stand-WC mit aufgesetztem Spülkasten in Amerika versus Wandhängende / Spülrandlose WCs in Deutschland
- Außerdem fiel uns auf, dass KOHLER dort Marktführer ist. So haben wir einen stärkeren Bezug zu der Marke erhalten und verstehen nun besser, warum Kohler eine Exklusivmarke von Bergmann & Franz ist.

Schon nach kurzer Zeit haben wir die ausgewogene deutsche Küche vermisst. Die Realität zeigt, dass »gesunde« Ernährung in Amerika sehr teuer ist. Das Vorurteil, dass dort überwiegend Fast Food gegessen wird, haben wir am eigenen Leib gespürt. :-)

Die Reise hat mir viel gebracht, z. B. konnte ich meine Englischkenntnisse sowohl in Wort wie in Schrift verbessern. Besonders gut gefallen haben mir die Aktivitäten im Team und der daraus resultierende Zusammenhalt. Alle waren füreinander da und haben sich gegenseitig bei z. B. auftretenden Sprachbarrieren weitergeholfen. Interessant fand ich auch den Besuch von Amerikas wichtigsten Touristenmagneten in Washington DC, den kulturellen Austausch mit anderen Jugendlichen und das Kennenlernen der Mentalität der Amerikaner.

Ich möchte an dieser Stelle BF danken, das die Teilnahme überhaupt erst möglich gemacht hat.



KRAFTSTOFF.

Nur vom 18. bis 22.05.2015.
Nur im BF-Onlineshop.

Für jede Online-Neubestellung* ab einem Nettowarenwert von 350,- EUR erhalten Sie einen Tankgutschein über 10,- Euro von Aral gratis dazu.



*Ausgenommen sind Bestellungen aus bestehenden Angeboten.



Heute Komfort. Morgen Sicherheit.

Keramik für barrierefreie Anwendung.

Mit Keramik 100 bietet concept Toiletten in drei Ausführungen und einen unterfahrbaren Waschtisch an. Die Oberfläche conceptClean bietet zusätzlichen Schutz vor unerwünschten Ablagerungen und ein Plus bei der Reinigung. Das spülrandlose Flush WC macht es Keimen und Bakterien besonders schwer. Das attraktive Preis-Leistungs-Verhältnis macht diese Serie zu einer echten Alternative.

concept

MEISTER DER LEISEN TÖNE.

Kermi x-change WPLA12 Luft/Wasser-Wärmepumpe

Vermutlich kennen Sie das Problem: Luftwärmepumpen geben Strömungs- und Ventilator-Geräusche von sich, die oft als störend empfunden werden und schon mal zu Ärger mit den Nachbarn führen können. Dass es auch anders geht, beweist die Luft/Wasser-Wärmepumpe x-change von Kermi. Sie ist für die Außenaufstellung gedacht und dank einer optimierten Radialventilator-Konstruktion mit EC-Motor äußerst geräuscharm im Betrieb. Auch beim Stromverbrauch übt sich das kompakte Gerät in Zurückhaltung. Denn es arbeitet modulierend, d. h. selbstregelnd je nach Wärmebedarf, und ist dadurch ausgesprochen wirtschaftlich und ressourcenschonend. Die Wärmepumpe verträgt Außentemperaturen bis zu -20 °C bei einer maximalen Vorlauftemperatur von 62 °C und ist ab Werk mit einem integrierten elektronischen Wärmemengenzähler ausgestattet. Mitgeliefert wird eine x-center Regelstation mit Farbgrafikanzeige und 2-Knopf-Bedienung, so dass die Wärmepumpe kinderleicht zu bedienen ist. Die Regelung ermittelt übrigens sogar den COP und die Arbeitszahl. **Sie können die clevere Kermi x-change WPLA12 Luft/Wasser-Wärmepumpe ab sofort persönlich in Augenschein nehmen – natürlich im BEZ. Unsere Fachberater informieren Sie gern noch detaillierter zu Montage und Betrieb.**



CLAGE



KLEINES ENERGIESPARWUNDER.

MCX BLUE von CLAGE, Klein-Durchlauferhitzer mit Waschtischarmatur

Eben noch auf der ISH 2015 zu sehen – jetzt schon bei uns: MCX BLUE, das wohl energieeffizienteste Warmwassersystem der Welt. Es besteht aus einem Klein-Durchlauferhitzer (18,6 x 13,5 x 8,7 cm) und einem passenden Einhebelmischer. Zusammen sind sie die perfekte Lösung für die Warmwasserbereitung am Waschbecken. Denn das Wasser wird nicht vorgeheizt, sondern während des Durchströmens direkt am Waschbecken erhitzt. Da es weder Leitungs- noch Wärmeverluste gibt und überdies kein Bereitschaftsstrom verbraucht wird, spart der Klein-Durchlauferhitzer im Vergleich zu einem Kleinspeicher bis zu 85 % Energie ein. Die innovative Armatur liefert beim Öffnen sofort warmes Wasser, ohne dass der Bedienhebel nach links gedreht werden muss. Dank der optimierten Wege gibt es 80 % weniger stehendes Wasser im Armaturenkörper als bei herkömmlichen Einhebelmischern. Da die Wasserwege vom Armaturenkörper getrennt sind und außerdem nickel- und bleifrei gehalten wurden, erfüllt das System spielend alle Anforderungen an die Trinkwasserhygiene. **Wenn Sie auch finden, dass die kleinen Dinge im Leben den Unterschied machen, kommen Sie schnell vorbei.**

ACO passavant

GUTES WEITERGEDACHT.

ACO Bodenablauf Passavant

In der modernen Gebäudeentwässerung stehen neben den klassischen Auswahlkriterien vier Planungsschwerpunkte im Vordergrund: Brandschutz, Schallschutz, Geruchschutz und Montage. Der ACO Bodenablauf Passavant aus Gusseisen kann dabei seine klaren Vorteile gegenüber neuartigen Verbundwerkstoffen ausspielen. Natürlich, vollständig recyclebar, nicht brennbar, äußerst robust und dauerhaft in der Anwendung, hat sich Gusseisen in der Entwässerungstechnik über Jahrhunderte durchgesetzt. Die neu entwickelte Serie Passavant von ACO Haustechnik umfasst gusseiserne Bodenabläufe in modularer Bauweise in den Nennweiten DN 50, 70 und 100, die es jeweils mit 1,5° und 90° Stutzenneigung sowie mit Halterand, Klebe- oder Pressdichtungsflansch gibt. Geprüft gemäß DIN 4102 erreicht der ACO Bodenablauf Passavant die höchste Feuerwiderstandsklasse (bis R 120). Die für Bodenabläufe mit 90° Stutzenneigung erforderliche »Allgemeine bauaufsichtliche Zulassung« trägt die Nr. Z-19.17-2144. Durch den werksseitig integrierten Schallschutz in Verbindung mit den Werkstoffeigenschaften kann der ACO Bodenablauf Passavant die geforderten Werte von $\leq 22\text{dB(A)}$ der VDI 4100:2012 nicht nur einhalten, sondern übertreffen – ohne dass der Fachhandwerker beim Einbau des Produkts noch weitere schalltechnische Maßnahmen durchführen muss. Der selbstreinigende Geruchstopp des ACO Bodenablaufs Passavant besteht aus einer hochflexiblen Membran, die nur bei Wasserzufluss öffnet. Dadurch unterbinden sie nicht nur bei fehlender Wasservorlage das Eindringen von Gerüchen aus der Kanalisation, sondern im Brandfall auch das Weiterleiten von Rauch. Zusätzlich sind die ACO Bodenabläufe Passavant mit einer neuartigen, schmutzabweisenden »Easy-to-clean«-Beschichtung versehen. **Noch Fragen? Unsere Mitarbeiter beantworten sie gern!**



INTERN

WIR HABEN AN DEN STELL- RÄDERN UNSERER VERTRIEBS- STRUKTUR GEDREHT.

Damit Sie noch schneller an Ihre Ware kommen.

Erst dann zu handeln, wenn äußere Zwänge es unumgänglich machen, war noch nie Sache von BF. Stattdessen bemühen wir uns, Prozesse und Strukturen im Auge zu behalten und bei Bedarf möglichst schnell nachzujustieren. Getreu dieser Philosophie haben wir jetzt sorgfältig geplante Anpassungen in unserem Vertrieb vorgenommen, von denen Sie und auch wir unmittelbar profitieren werden.

Um Ihre Wünsche in Zukunft noch besser und schneller bearbeiten zu können, haben wir die Verkaufsgebiete in Nord, Mitte und Süd aufgeteilt. Der Innendienst wird an 5 Standorten konzentriert. Durch diese Anpassungen in der Vertriebsstruktur können wir Prozesse beschleunigen und Kommunikationswege verkürzen.

Details wurden optimiert, Bewährtes bleibt beim Alten.

Ihre Ansprechpartner mit den bereits bekannten Telefonnummern bleiben Ihnen auch nach diesen Anpassungen erhalten. Insofern ändert sich also nichts für Sie und Sie müssen sich auch nicht an einen neuen BF-Mitarbeiter gewöhnen.

Insgesamt verbessert sich aber die telefonische Erreichbarkeit von Bergmann & Franz, weil jetzt mehr Personal an zentralen Punkten versammelt ist. Sollte Ihr persönlicher Ansprechpartner also mal krank oder im Urlaub sein, ist eine kompetente Vertretung zur Stelle und bearbeitet Ihr Anliegen ohne Verzögerung. Egal was kommt, wir können unsere Terminversprechen jederzeit einhalten – und Sie auch.

Wir hoffen, dass unsere Vertriebsanpassungen Ihren Beifall finden und sich bewähren, und freuen uns auf die weitere Zusammenarbeit mit Ihnen.

WIR SUCHEN AZUBIS.

**Kaufmann/-frau für
Büromanagement**

Tätigkeitsfeld

Kaufleute für Büromanagement organisieren und bearbeiten bürowirtschaftliche Aufgaben. Außerdem erledigen sie kaufmännische Tätigkeiten in Bereichen wie Auftragsbearbeitung, Beschaffung, Rechnungswesen, Marketing, und Personalverwaltung.

Ausbildungsort: Berlin (Tiergarten)

**Kaufmann/-frau im
Groß- und Außenhandel**

Tätigkeitsfeld

Als Kaufmann /-frau im Groß- und Außenhandel in der Fachrichtung Sanitärgrößhandel kaufen Sie Waren aller Art bei Herstellern bzw. Lieferanten und verkaufen sie an Handwerk und Industrie weiter. Sie sorgen für eine kostengünstige Lagerhaltung und einen reibungslosen Warenfluss, d.h., Sie

überwachen die Logistikkette, prüfen den Wareneingang sowie die Lagerbestände, bestellen Ware nach und planen die Warenauslieferung. Sie beraten die Kunden umfassend über die Eigenschaften der Waren und haben Überblick über die Hersteller und den Markt. Zusätzlich bieten Sie Beratung über Finanzierungs-, Service- und Marketingleistungen an.

Ausbildungsort: Berlin, Blumberg bei Berlin

Fachkraft für Lagerlogistik

Tätigkeitsfeld

Als Fachkraft für Lagerlogistik bei Bergmann & Franz lagern und kommissionieren Sie unsere Waren. Dabei bedienen Sie Transportgeräte und Lagerverwaltungssysteme. Sie nehmen die Ware an, entladen, prüfen, erfassen und lagern diese fachgerecht ein. Nach eingehenden Kundenaufträgen kommissionieren Sie die Waren und stellen diese versandgerecht an die Ausfuhrtoeren.

Ausbildungsort: Blumberg (bei Berlin)

Weitere Infos unter: [bfgruppe.de/ueber-uns/jobs](https://www.bfgruppe.de/ueber-uns/jobs)

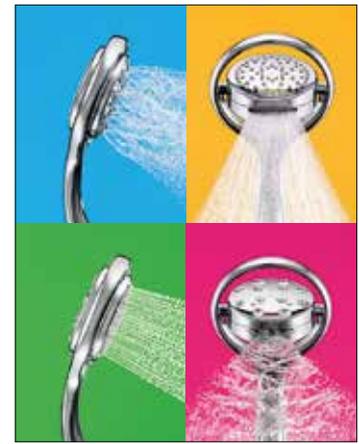
GEWINNSPIEL

THE BOLD LOOK
OF
KOHLER.

So einfach geht's: Bilden Sie das richtige Lösungswort aus den unten abgebildeten Buchstaben und senden Sie es bis zum 22.05.2015 an die folgende Mail-Adresse: loesung@bfggruppe.de

Die Gewinnerin unseres letzten Gewinnspiels ist Regina Jenoch von der Firma Ing. Otto Zürn oHG in 13353 Berlin. Die richtige Lösung lautete THERMOTANK.

Mit ein wenig Glück gewinnen Sie diesmal eine Flipside Handbrause mit Flipstream™ Technologie für ein pures Duschvergnügen von KOHLER, im Wert von ca. 75,- Euro. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. **Viel Glück!**



WICHTIGE TERMINE

DATUM	ZEIT	VERANSTALTUNG	THEMA	ORT
05.05.2015	09:00–17:00 Uhr	BF.AKADEMIE – Erfolgsseminar, Christian Wadsack	Das Bad im Fokus – Ausstellungs- und Kundenbäder fotografieren.*	BF Schulungs- und Tagungscenter, Lützowstraße 74, 10785 Berlin
07.05.2015	09:00–13:00 Uhr	BF.AKADEMIE – Erfolgsseminar, Dipl.-Inf. Thomas Nolde	Mit Google AdWords dort werben, wo Ihre Kunden Sie suchen.*	SHK-Ausbildungszentrum, Grüntaler Straße 62, 13359 Berlin (Mitte)
07.05.2015	07:00–13:00 Uhr	Handwerkerfrühstück	Wir laden Sie zu Brötchen und Kaffee ein. Unsere Industriepartner SFA Sanibroy, TECE und Crassus werden Sie parallel über ihre Neuheiten informieren.	BF, An der Eisenbahn 25, 15711 Königs Wusterhausen
12.05.2015	07:00–13:00 Uhr	Handwerkerfrühstück	Wir laden Sie zu Brötchen und Kaffee ein. Unser Industriepartner SFA Sanibroy wird Sie parallel über seine Neuheiten informieren.	BF, Coppistraße 3, 16227 Eberswalde
18.05.2015 19.05.2015	jeweils 09:00–17:00 Uhr	BF.AKADEMIE – Produktschulung, Dipl.-Ing./Dipl.-Chem. Rainer Kryschi, Geschäftsführer Kryschi Wasserhygiene	Erlangen Sie die Befähigung zur Trinkwasser-Installation.*	SHK-Ausbildungszentrum, Grüntaler Straße 62, 13359 Berlin (Mitte)
21.05.2015	09:00–15:00 Uhr	BF.AKADEMIE – Produktschulung, Dipl.-Ing. Reinhard Bartz, Franke Aquarotter	Hydraulisch und thermostatisch gesteuerte Armaturen (Theorie und Praxis).*	Franke Aquarotter GmbH, Schulungszentrum Ludwigsfelde, Parkstraße 1–5, 14974 Ludwigsfelde
28.05.2015	09:00–14:00 Uhr	Grillfest	Wir grillen für Sie. Zudem stellen sich Dallmer, Kaimann, Vaillant, JRG und Uponor Ihren Fragen und informieren Sie über die neuesten Produkte.	BF, Coppistraße 3, 16227 Eberswalde
01.06.2015	14:00–17:00 Uhr	BF.AKADEMIE – Produktschulung, Christoph Werthmann, Kemper	Trinkwasser hat's oft in sich – z. B. Legionellen.*	BEZ, Bessemerstraße 23–39, 12103 Berlin (Tempelhof)
02.06.2015	09:00–17:00 Uhr	BF.AKADEMIE – Erfolgsseminar, Horst Schneider	Gemeinsam mehr leisten.*	BF Schulungs- und Tagungscenter, Lützowstraße 74, 10785 Berlin
02.06.2015	07:00–13:00 Uhr	Handwerkerfrühstück	Wir laden Sie zu Brötchen und Kaffee ein. Unser Industriepartner SFA Sanibroy wird Sie parallel über seine Neuheiten informieren.	BF, Rosa-Luxemburg-Damm 1, 15366 Neuenhagen bei Berlin
03.06.2015	09:00–17:00 Uhr	BF.AKADEMIE – Erfolgsseminar, Horst Schneider	Gute Mitarbeiter finden, begeistern und binden.*	BF Schulungs- und Tagungscenter, Lützowstraße 74, 10785 Berlin

* kostenpflichtige Anmeldung über das Anmeldeformular der BF.AKADEMIE oder online unter www.bfggruppe.de/profikunden/bf-akademie;

SANITÄR

CATALANO INNOVATIV

CONCEPT **INSTALLATION** DECOTEC

KOMPETENT **NUR ECHTE MARKEN** FREUNDLICH

GKI **FLIESEN** CERABELLA MITTELSTAND

PARTNERSCHAFTLICH

CRISTINA **HEIZUNG** KOHLER

ZUVERLÄSSIG SEIT 1874



www.bfggruppe.de