

REISS und Mitsubishi Electric: Klima-Dialog 2006

Erfolgreich gegen Billigprodukte aus dem Baumarkt

Geiz ist nicht geil!

Unter dem Motto „Gemeinsam auf der Welle des Erfolges“ fanden von Mitte Mai bis Anfang Juni sieben Veranstaltungen in den verschiedenen Niederlassungen von REISS statt: Zusammen boten REISS und Mitsubishi Electric neben ausführlichen Informationen zum aktuellen Klima- und Lüftungsprogramm von Mitsubishi auch eine kostenlose Verkaufsschulung durch einen professionellen Trainer an, der den insgesamt etwa 250 Teilnehmern einige hochinteressante Tipps für erfolgreiches Verkaufen mit auf den Weg gab.



Frank Doler, Assistant Manager Sales & Field Service von Mitsubishi Electric Deutschland, informierte die Teilnehmer über Produktneuheiten und Highlights aus dem Lieferprogramm 2006



Klima-Dialog 2006: Zu den sieben Veranstaltungen in den Niederlassungen von REISS kamen insgesamt etwa 250 Teilnehmer

„Nur wer gut informiert ist, kann auch wirklich erfolgreich beraten und verkaufen.“ Nach dieser Devise gab Frank Doler, Assistant Manager Sales & Field Service von Mitsubishi Electric Deutschland, im ersten Teil der Veranstaltung einen Überblick über das Lieferprogramm 2006. Wesentliches Ziel dabei war auch, den Zuhörern die entscheidenden Verkaufsargumente zu liefern, mit denen sie sich bei der Beratung ihrer Kunden gegen Billigprodukte durchsetzen können.

Produktinformationen und Neuheiten

Doler stellte zunächst die M-Serie für private und einfache kommerzielle Anwendungen vor. Die Single-Split-Geräte gibt es bis 8,5 kW und die Multi-Split-Systeme bis 14 kW Kälteleistung sowohl in Inverter als auch in Non-Inverter-Ausführung.

Wie übrigens bei allen anderen Geräten auch, wurden die Bezeichnungen statt wie

bisher an BTU/h¹ nun an die Geräteleistung in Watt angelehnt, d.h. die Geräte mit der alten Bezeichnung MSZ-A18YV (18 steht für 18000 BTU/h) heißen nun MSZ-GA50VA (50 = 5,0 kW) und so fort.

Alle Invertergeräte der M-Serie sind mit der NEW A-Control ausgestattet; damit ist es nun möglich, die Inverter Innen-/Außen-einheiten mit Mr. Slim Geräten zu kombinieren.

Ein wesentliches Verkaufsargument dürfte unter anderem das Hygienegutachten sein, bei dem Mitsubishi die komplette M-Serie im Hygieneinstitut des Ruhrgebiets in Gelsenkirchen auf den Prüfstand geschickt hatte. Dabei wurden sowohl die Luftfilter, die Wärmetauscher als auch der Ventilator auf Zugänglichkeit und Konstruktion für eine einfache Reinigung geprüft (gemäß VDI 6022, Blatt 1 und 3).

Mitsubishi sieht sich in hygienischer Hinsicht mit dem serienmäßigen Catechin-Filter gut gerüstet; dieser Filter mit biologischer Beschichtung² reinigt die Luft von Staub, Gerüchen, Bakterien und Viren. Optional gibt es bei den Inverter Wandgeräten einen Anti-Allergie Enzym Filter und bei den Non-Inverter Wandgeräten einen Feinstaubfilter; die DeLuxe Wandgeräte sind mit dem Plasma Duo Filter ausgestattet.

Die Inverter DeLuxe Geräte sind darüber hinaus mit dem so genannten I-See-Sensor ausgestattet; er überwacht das Raumklima und steuert die kühle Luft zuerst dorthin, wo es am wärmsten ist. Das hat den Vorteil, dass die Raumtemperatur schneller und gleichmäßiger gesenkt wird.

Ferner sind in der M-Serie neben einem neuen Inverter Kanaleinbaugerät (SEZ-KA71VA mit 7,1/8,0 kW) auch zwei Inverter

¹ BTU = British thermal unit, ist definiert als die Wärmeenergie, die benötigt wird, um ein britisches Pfund Wasser von 63 Grad Fahrenheit auf 64 Grad Fahrenheit zu erwärmen: 1 BTU = 252 cal = 1055 J, d.h. 1000 BTU/h = 293 W (Faktor 3,6).

² Es soll sich dabei um eine Beschichtung aus alkaloiden Stoffen handeln, wie sie auch im grünen Tee vorkommen; als Reminiszenz daran sind die Filter grün eingefärbt.



Jan Riewoldt, Sales Support Engineer im Regionalbüro Hamburg von Mitsubishi Electric (bald im Außendienst), demonstriert die leichte Zugänglichkeit bei den Wandgeräten mit dem sogenannten Quick Clean Body. Oben ist der grüne Catechin-Filter zu erkennen

Multi-Split Außeneinheiten (MXZ-2A40VA mit 4,0/4,5 kW und MXZ-2A52VA mit 5,2/6,4 kW) hinzugekommen; bei diesen Außeneinheiten werden Falschverdrahtungen automatisch entdeckt und intern korrigiert.

Die 2 vor dem Buchstaben A gibt übrigens die Anzahl der maximal anschließba-

ren Inverter Innengeräte an. Beim MXZ-8A140VA können demnach bis zu 8 Innengeräte angeschlossen werden; speziell in diesem Fall sind jedoch die Einspritzventile nicht im Außengerät, sondern in sogenannten Branch Boxen (Verteilerboxen) für 5 bzw. 3 Geräte untergebracht.

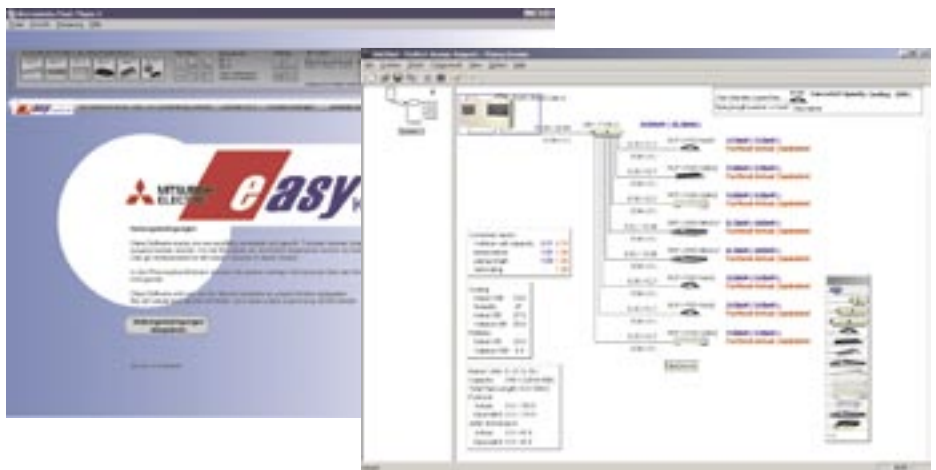
Danach informierte Doler über die wesentlichen Neuerungen bei der Mr. Slim-Serie³:

- Umstellung von Kältemittel R407C auf R410A
- Alle Geräte mit der neuen Leistungsbezeichnung (W statt bisher PS), haben die New A-Control.
- Die neue Kabelfernbedienung PAR-21 MAA mit integriertem Wochentimer und erweiterter Betriebsparameterabfrage ermöglicht die Programmierung von bis zu 8 Operationen für jeden Wochentag.
- Non-Inverter Außengeräte der Leistungsgrößen 35/50/60 wurden durch Invertermodelle ersetzt.
- Neue Standard-Inverter PUAZ-P100/125/140VHA
- Leistungsoptimierung und Funktionserweiterung der R410A Power-Inverter Außengeräte

³ Die Mr. Slim Geräte sind als Single- und Parallelsplitsysteme bis 28 kW Kälteleistung für gehobene kommerzielle Anwendungen (Büros, Shops und speziell Technikräume, da Geräte mit hohem sensiblen Wärmeanteil) geeignet und auch im Regelungsverbund mit mehreren Splitsystemen einsetzbar.



Energieeffizientes Klimatisieren von EDV-Räumen durch City Multi Invertertechnik: Die neuen PFD EDV Klimaschränke mit R410A gewährleisten eine präzise Raumtemperaturkontrolle (+/- 1 K) und erlauben maximale Leitungslängen von bis zu 150 m



Die Planungssoftware von Mitsubishi Electric: „Easy Klimaplan“ und „Piping Design Tool“



Verkaufstrainer Niels Remers über seine Stadtteilzeitung: „Wer macht da überall Werbung: Maurer, Maler, Elektriker, Heizungsbauer – von Kälte-Klima is da nix zu lesen!“

Bei den Power-Invertern hob Doler vor allem die neue Kältemittel-Füllstands-Prüfungsfunktion über eine Betriebsparameterabfrage und die Replace Funktion hervor: Neu konstruierte Filtersiebe mit großer Oberfläche schützen die Bauteile im Kältekreislauf, so dass beim Ersatz von Altgeräten die vorhandenen Rohrleitungen weiter genutzt werden können.

Die anschließend vorgestellten City Multi Geräte sind komplexe Kältesysteme zur Klimatisierung von mehreren Klimazonen mit bis zu 140 kW Kälteleistung z. B. für Büros, Hotels, Shops, aber auch spezielle EDV-Anwendungen. An einen Kältekreislauf können bis zu 42 Innengeräte angeschlossen werden.

In dieser Reihe gibt es nun drei neue Außengeräte PUMY-P100/125/140YHM in R410A Ausführung, zwei neue Wandmodelle PKFY-P63/100VFM-E zur Erweiterung des Leistungsbereichs bis 11,2 kW Kälteleistung sowie die EDV Klimaschränke PFD-P250VM-E/PFD-P500VM-E in R410A Ausführung.

Die City Multi R2-Serie kann gleichzeitig Kühlen und Heizen. Herzstück eines jeden R2-Systems ist der BC-Controller; bis zu 32 Innengeräte lassen sich an einen BC-Controller anschließen. Insgesamt machen 73 Innengeräte, 13 BC-Controller und 14 Außengeräte individuelle Systemlösungen möglich.

Abschließend wies Doler besonders auf die günstigen Preise für die Aktionsgeräte in der Sommeraktion (1.4.–31.8.06) sowie die beiden Planungstools „Easy Klimaplan“ und das „Piping Design Tool“ hin.

„Easy Klimaplan“ ist eine Art Planungshandbuch; das Programm prüft die Plausibilität und liefert als Ergebnis nicht nur eine Stückliste und die zusätzlich (zu der in den Geräten vorhandenen Füllung) erforderliche Kältemittelmenge, sondern auch einen Plan für die Elektroverdrahtung samt Adressierung. Unterschiedliche Temperaturbedingungen werden jedoch nicht berücksichtigt.

Das wiederum kann das „Piping Design Tool“. Mit dieser Auslegungssoftware können VRF-, Mr. Slim- und M-Serie-Geräte ausgelegt und im CAD-Format ausgedruckt werden; dabei werden auch die Leitungslängen berücksichtigt.

Erfolgreiches Verkaufen

Nach einer kurzen Pause präsentierte der Profitrainer Niels Remers den Teilnehmern in einem lebhaften Vortrag einen Leitfaden für erfolgreiches Verkaufen.

Zunächst dürfe man jedoch nicht die Bedeutung der Werbung vergessen: „Man verdient nur damit Geld, was Wenige wissen – das müssen aber möglichst viele Leute erfahren. ... Je häufiger es den Leuten dann auf die Birne schlägt, desto eher kommt es an! Das sollten sich mal die Verbände hinter den Spiegel stecken.“

So sieht Remers in den Baumarkt-Klimageräten auch eine Chance, weil dadurch das ganze Thema endlich mal in alle Haushalte gelange. Natürlich könne man mit „Flucht“ reagieren und lamentieren: „Die machen die Preise kaputt!“ Man kann aber auch zum Angriff übergehen, sich darüber freuen, dass endlich mal darüber gesprochen wird, und den Kunden z. B. zum Thema Lautstärke fragen, ob er denn ernsthaft mit dem billigen Baumarktgerät permanent eine Carrera-Rennbahn im Schlafzimmer laufen lassen wolle – Geiz sei eben nicht immer geil. Zudem könne man, was den Service angeht, auf ausreichende Baumarkterfahrungen bei den Leuten zurückgreifen. Das sei doch wohl ungefähr so, wie wenn die Kreisklasse dem FC Bayern München Konkurrenz machen will.

Wichtig sei jedoch, dass man die Leute anspricht: „Vor dem Kontrakt kommt der Kontakt. Die Menschen wollen Kontakt zu einem Entscheidungshelfer.“ Dazu müsse man sich natürlich auch etwas anstrengen und in jedem eine Chance sehen.

Im weiteren Vortrag gab er zahlreiche aus dem Leben gegriffene Beispiele und Argumentationshilfen, wie man z. B. die Vorstellungen des Kunden genau abgleichen und ihn dazu bringen kann, das Gewohnte zu verlassen. Lebhaftige Gespräche und viele Tipps rundeten den Nachmittag ab.

Gerade beim Thema Verkaufen wurde deutlich, dass hier noch unerschlossene Potenziale bei den Fachbetrieben schlummern.

M.S.