

# INSIDE BLUE



## ERSTER HÖHENFLUG SEITE 9

### REBRANDING

ERFOLGREICHE  
INFORMATIONSANLÄSSE.

SEITE 4

### MOMENTAUFNAHME

ÜBER MITTAG BEI WALTER  
RÜEGSEGGER.

SEITE 15

### PENSIONIERTE

SCHNAPS-DEGUSTATION  
IN MUHEN.

SEITE 16



4

REBRANDING

**Gelungener Start**

An acht erfolgreichen Mitarbeiter-Informationsanlässen wurde die neue Walter Meier vorgestellt.

SEITE 4



15

MOMENTAUFNAHME

**Beliebter Treffpunkt**

Kunden und Mitarbeitende treffen sich über Mittag bei Walter Rügsegger zu Suppe oder Grilladen.

SEITE 15



16

PENSIONIERTE

**Erfreuliches Wiedersehen**

Am Pensioniertenausflug im aargauischen Muhen haben über 70 Ehemalige teilgenommen.

SEITE 16

PER 30.6.2007

KENNZAHLEN

**Umsatz Gesamtkonzern**

410,3 Mio. CHF



**Umsatz Bereich Klima**

222,0 Mio. CHF



**Umsatz Bereich Fertigung**

188,3 Mio. CHF



Inhaltsverzeichnis

EDITORIAL

3 Der Start ist gelungen

REBRANDING

9 Walter Meier prominent platziert

KONZERN

5 Gelungener Auftakt für die neue Walter Meier

6 «Ich habe eine gesunde und motivierende Firmenkultur erlebt.»

7 Erste Eindrücke auf die neue Walter Meier

ERFOLGSGESCHICHTEN

10 Drei Berater, ein Ziel

11 Der «ThermMix» begeistert

12 Kompakt und sparsam

12 Immer frisch und knackig

13 Rundum erneuerte Kaltwasseranlage

IN KÜRZE

8 200 Autos bis 2010

8 Richtig verbunden

PERSONELLES

14 Wir gratulieren

15 Bei «Walti» und Walter Meier zum «Zmittag»

16 Heiss und kalt in Muhen



**Martin Kaufmann**  
Geschäftsleiter

## DER START IST GELUNGEN

Liebe Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

In den letzten Wochen haben wir alle eine spannende Zeit erlebt. Wie kommt der neue Auftritt an? Wie wird das Zusammengehen der drei Unternehmen aufgenommen? Diese Fragen haben wir uns immer wieder gestellt, bevor wir die verschiedensten Anspruchsgruppen damit konfrontiert haben. Zuerst Sie, unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, dann unsere Kunden, wie Installateure, Eigenheimbesitzer, Generalunternehmer oder Liegenschaftsverwalter, sowie Meinungsmacher wie Planungsbüros, Architekten oder Fachjournalisten.

Das wichtigste in Kürze: Unsere Vision, der führende Anbieter im Bereich Raumklima zu werden, unsere Markteinschätzung, dass Wärme und Kälte immer mehr zusammenwachsen, sowie unser neuer frischer Auftritt als Walter Meier sind bei allen Anspruchsgruppen gut angekommen. Von zurückhaltendem Bejahen bis zu grosser Begeisterung war alles zu spüren - insgesamt haben wir aber ausschliesslich positive Rückmeldungen erhalten. Dies ist nicht selbstverständlich und darum können wir stolz festhalten: Der Start ist gelungen.

Erst die Leistung bis ans Ziel entscheidet jedoch über Erfolg oder Misserfolg. Es liegt an uns allen, in unserer täglichen Arbeit Walter Meier zu einer bedeutenden und glaubwürdigen Marke im Bereich Raumklima zu machen. Sei es im Service, in der Beratung oder bei einer Anfrage im Verkaufsdienst. In diesen Tagen nehmen die Kunden die erbrachten Leistungen noch genauer unter die Lupe als sonst. Gefragt sind deshalb wie bis anhin: Zuverlässigkeit, einwandfreie Dienstleistungen sowie der Grundsatz, den Kunden immer in den Mittelpunkt unserer Tätigkeiten zu stellen.

Berührt haben mich in den letzten Wochen die vielen guten Gespräche mit Ihnen, geschätzte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Ihr persönliches Engagement und ihr Wille, Walter Meier zum Erfolg zu führen, haben mich beeindruckt. Es ist heute für ein Unternehmen nicht selbstverständlich, sich auf so engagierte Mitarbeitende wie Sie verlassen zu dürfen. Dafür danke ich Ihnen.

Ich wünsche Ihnen, Ihren Familien und Freunden eine besinnliche Weihnachtszeit und alles Gute fürs neue Jahr.

Herzlichst

Martin Kaufmann

### IMPRESSUM

#### Herausgeber

Walter Meier (Klima Schweiz) AG  
Bahnstrasse 24  
8603 Schwerzenbach

#### Kontakt

Martin Schäppi  
Telefon +41 44 806 41 07  
Fax +41 44 806 41 09  
martin.schaepi@waltermeier.com  
www.waltermeier.com

Erscheint viermal jährlich

#### Redaktion

Eric Langner,  
Marketing Services,  
Klima Schweiz

#### Gestaltung

Hotz & Hotz, Steinhausen

#### Produktion

Victor Hotz AG, Steinhausen

**Redaktionsschluss  
der nächsten Ausgabe**  
14. März 2008

Dezember 2007





Gute Stimmung, tolle Atmosphäre, wie zum Beispiel in Lausanne (Bilder oben): Walter Meier kommt an. (Bilder: EL, ZVG).

#### INFORMATIONSANLÄSSE

## GELUNGENER AUFTAKT FÜR DIE NEUE WALTER MEIER

**Zwischen dem 22. Oktober und dem 6. November haben in der ganzen Schweiz acht Informationsveranstaltungen für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Walter Meier (Klima Schweiz) AG stattgefunden. Aus erster Hand haben sie Antworten auf Fragen zur Fusion und zum neuen Unternehmen erhalten. Zudem bot sich die Gelegenheit, neue Kolleginnen und Kollegen aus den anderen Unternehmensteilen kennen zu lernen.** Eric Langner, Marketing Services

Innert kürzester Zeit haben die Verantwortlichen im September und Oktober die Informationsveranstaltungen für die Mitarbeitenden auf die Beine gestellt. Wie Projektleiter Adrian Velert im Interview mit «Blue Inside» bestätigt, standen gerade einmal drei Wochen dafür zur Verfügung. Acht Veranstaltungen in Zürich, Lausanne, Bern und im Tessin waren geplant, dafür wurden alle Inhalte und Unterlagen in Deutsch, Französisch und Italienisch vorbereitet.

#### **Ankunft in der Walter Meier Welt**

Gross war die Spannung am ersten Anlass in Zürich am 22. Oktober. Wenige Stunden vor Beginn sind alle Beteiligten den Ablauf nochmals durchgegangen

und haben nach Erhalt der letzten Unterlagen und Materialien für die Informationsstände sozusagen in letzter Minute den Festsaal im Hotel Spigarten in Zürich-Altstetten für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bereitgestellt. Kurz nach 17.30 Uhr war es soweit. Die rund 120 Mitarbeitenden, die sich für den ersten Anlass angemeldet hatten, strömten in den Saal und wurden von der Geschäftsleitung in der neuen Walter Meier Welt willkommen geheissen. Hier waren für den Grossteil der Anwesenden auch zum ersten Mal die neuen Werbemittel, die Internet-Site, das Briefpapier sowie vor dem Hotel die neuen Geschäftswagen zu sehen. An den Tischen lagen zudem

bereits erste Walter Meier-Notizblöcke, -Bleistifte und eine Informationsbrochure bereit.

Nach der Einleitung durch Walter Meier CEO Silvan Meier beantworteten auf der Bühne unter der Gesprächsleitung von René Mattmann die Geschäftsleitungsmitglieder Martin Kaufmann, Ueli Grossenbacher, Thomas Frick, Serge Grossmann und Martin Schäppi die wichtigsten Fragen zur Fusion und zum neuen Unternehmen. Im Anschluss daran hatten die Mitarbeitenden die Gelegenheit, an den einzelnen Informationsständen detaillierte Informationen zu einzelnen Themen zu erhalten.

### Bereit für die Zukunft

Ein gemeinsames Abendessen und viele Gespräche untereinander zeigten bereits an der ersten Veranstaltung deutlich auf, dass bei Walter Meier neben den Informationen zur neuen Firma auch der Austausch untereinander und das gemütliche Beisammensein wichtig sind. Mit ersten Eindrücken und einem eigentlichen Geschenkpaket an Walter Meier Souvenirs verliesen die meisten Mitarbeitenden gegen 22 Uhr die Veranstaltung. Sie machten sich nicht nur auf den Heimweg, sondern starteten gut vorbereitet und schon bestens ausgerüstet in die Walter Meier Zukunft.



Letzte Vorbereitungen: Martin Kaufmann (links) und Silvan G.-R. Meier.

## INTERVIEW

### «ICH HABE EINE GESUNDE UND MOTIVIERENDE FIRMENKULTUR ERLEBT.»



Adrian Velert.

Unter der Leitung von Adrian Velert, Marketing Services, wurden die Informationsveranstaltungen zusammen mit einem internen Team und einer externen Agentur organisiert und umgesetzt. «Blue Inside» hat nach dem letzten Anlass mit dem Projektleiter gesprochen.

Eric Langner

#### «Blue Inside»: Welches waren die grössten Herausforderungen bei der Organisation der Mitarbeiter-Anlässe?

Adrian Velert: Dazu gehörten sicher die Erarbeitung der Inhalte für die Podiumsgespräche sowie die Gestaltung der Informationsstände. Alle Veranstaltungen mussten zudem in drei Sprachen vorbereitet werden. Eine weitere Herausforderung stellte der enge Zeitplan dar. Für mich persönlich war das gesamte Projekt insofern herausfordernd, da ich zu Beginn erst ganz neu im Unternehmen war.

#### Wie haben Sie die Anlässe erlebt?

Sehr positiv. Die Organisation hat bestens funktioniert, alle Beteiligten haben tolle Arbeit geleistet und mit grossem Einsatz die Veranstaltungen zu einem erfolgreichen Gelingen geführt. Besonders gefreut hat mich, dass wir für die Mitarbeitenden ein informatives und auch unterhaltsames Programm

gestalten konnten, in dem umfassend alle Themen rund um die Fusion behandelt werden konnten.

#### Wie waren die Reaktionen der Mitarbeitenden?

Sehr gut – was mich besonders freut. Die Mitarbeitenden zeigten sich mehrheitlich zufrieden mit den Themen und haben interessiert und offen an den Informationsständen den Dialog mit den Verantwortlichen gesucht. Zudem wurden das gemeinsame Abendessen und das gegenseitige Kennenlernen geschätzt.

#### Gab es Unterschiede zwischen den einzelnen Anlässen oder Regionen?

Die Anlässe und das Programm waren an allen Standorten identisch – wir waren sogar an den Parallelveranstaltungen von Lausanne und St. Gallen fast zeitgleich im Ablauf. Es gab auch überall die gleiche Vor- und Hauptspeise - die Geschäftsleitung und ich haben somit mindestens sechs Mal Kalbsschulter mit Gratin gegessen (lacht). Regionale Unterschiede spürte ich kaum. Insgesamt empfand ich die Stimmung

an allen Anlässen als kollegial und ausgelassen. Die Fragen oder Anmerkungen waren immer sehr konstruktiv, die Mitarbeitenden schienen offen für die kommenden Veränderungen und optimistisch für die Zukunft eingestellt zu sein. Ich habe eine gesunde und motivierende Firmenkultur erlebt.

#### Welches waren für Sie persönlich die Höhepunkte?

Das war für mich sicherlich die intensive Zusammenarbeit mit der Geschäftsleitung. Das Projekt wurde mit hoher Priorität behandelt. Vor allem bei der Erarbeitung der Inhalte hat sich gezeigt, dass dies von der Geschäftsleitung auch vorgelebt wird. Ich denke, dass diese Ehrlichkeit und Entschlossenheit, eine gemeinsame, starke Zukunft für das Unternehmen zu sichern, an den Veranstaltungen spürbar war und als glaubhaft empfunden wurde. Das ist eine wichtige Voraussetzung, damit die Mitarbeitenden dies genauso leidenschaftlich und motiviert umsetzen.

## INFORMATIONSANLÄSSE

# ERSTE EINDRÜCKE ZUR NEUEN WALTER MEIER


**Christina Luchsinger, Postbüro**

«Seit ich von der Fusion zum ersten Mal hörte, habe ich einen guten Eindruck. Es ist sicher richtig, dass die drei Firmen nun zusammengeführt werden und wir nun auf diese Weise etwas Einmaliges in der Art anbieten können. Beeindruckt bin ich von diesem sehr professionell organisierten und umgesetzten Abend. Und auch die Autos unten vor dem Hotel haben mir gefallen.»


**Beat Speck, Aussendienst Heizen**

«Das kommt gut – und wird sicher spannend. Besonders gefällt mir an der Vision, dass wir auf neue umweltfreundliche Energiearten setzen. Was der neue Auftritt betrifft, muss ich mich an die hellblaue Farbe noch etwas gewöhnen, ansonsten gefällt er mir aber. Positiv überrascht bin ich vom heutigen Abend – ich habe schon viele neue Kolleginnen und Kollegen kennen gelernt.»


**Andreas Tschul, Service Heizen**

«Mir gefällt der neue Auftritt, vor allem das Logo. Ich halte es für einen guten Entscheidung, die drei Firmen zusammenzuführen und somit den Markt zu festigen und auszubauen. Meine Erwartung ist, dass wir die gesteckten Ziele erreichen und die Kundschaft den Wechsel gut aufnimmt.»


**Heinrich Kriesi, Product Management Heizen**

«Es wird eine grosse Herausforderung sein, die definierten Ziele zu erreichen. Gerade auch in meinem Bereich, den erneuerbare Energien, wird es sicher nicht einfach sein, die Komplexität der Kombination aller Sparten unter einen Hut zu bringen. Dennoch glaube ich, dass es mit viel Engagement und einer guten Kommunikation untereinander möglich sein wird.»


**Claudia Leiser, Assistentin von Ueli Grossenbacher**

«Wir haben eine tolle Stimmung heute Abend. Die Mitarbeitenden sind offen, erwartungsvoll und sehr motiviert für die neue Zukunft. Für mich selbst sind der neue Auftritt und Name natürlich noch etwas ungewohnt – aber mir gefällt beides. Ich hoffe und wünsche uns allen, dass wir diesen Start gemeinsam erfolgreich meistern und im Laufe der Zeit immer mehr zusammenwachsen.»

## NEUE WALTER MEIER FLOTTE

## 200 AUTOS BIS 2010

**Um die Personenwagen-Flotte zu erneuern, hat Walter Meier mit AMAG eine Vereinbarung getroffen. Bis ins Jahr 2010 werden rund 200 Service- und Dienstfahrzeuge der Marken Skoda, VW und Audi in Dienst gestellt.**

Eric Langner, Marketing Services



Freut sich auf die neuen Fahrzeuge: Flottenchef Ronald Brüderlin. (Bild: EL)

Im November hat die Walter Meier Geschäftsleitung entschieden, in Zukunft aus Kosten- und Effizienzgründen nur noch mit einem Lieferanten für Personenwagen zusammenzuarbeiten. Die

Wahl fiel auf AMAG, welche Walter Meier mit Autos der Marken Skoda, VW und Audi beliefern wird. «Diese Vereinbarung betrifft die Aussendienst- und Geschäftsfahrzeuge», wie Ronald Brüderlin, Flottenchef bei Walter Meier, erklärt, «die Service-Lieferwagen stammen weiterhin von Mercedes.» Wer wann auf welches Modell Anspruch hat, sei in einer genauen Übersicht festgehalten. «Die Mitarbeitenden werden in den nächsten Wochen direkt darüber informiert, welche Möglichkeiten sie aufgrund der vorgeschriebenen Spezifikationen haben.»

#### Drei bis fünf Jahre im Einsatz

Bis Ende 2010 erfolgt gemäss einem genau definierten «Roll-out-Plan» der

Austausch von rund 200 Fahrzeugen, wie Ronald Brüderlin weiter ausführt. «Bis Ende dieses Jahres werden es 21 Autos sein, im nächsten Jahr 90, 2009 dann 60 und 2010 der Rest.» Der Flottenchef rechnet damit, dass die Fahrzeuge rund drei bis fünf Jahre bei Walter Meier im Einsatz sind. Danach werden die geleaste Fahrzeuge retourniert. In der Vereinbarung geregelt sind unter anderem die Wartungs- und Unterhaltspauschalen sowie die Auslieferung und Rücknahme der Fahrzeuge, welche über sechs in der Schweiz verteilte AMAG-Betriebe abgewickelt werden. ■

## TAG 1 UNTER NEUEM NAMEN

## RICHTIG VERBUNDEN

**Am 12. November galt es auch im Call Center in Schwerzenbach ernst. Zum ersten Mal wurden die Kunden mit «Walter Meier» begrüßt. Trotz einigen Fragen und gewissen Irritationen ist der erste Morgen im «neuen» Kundenkontakt geglückt.** Eric Langner, Marketing Services

«Walter Meier Stefanie Zacarias, guten Morgen.» Um 7.05 Uhr nahm die Mitarbeiterin im Call Center den ersten Anruf mit der neuen Anmeldung entgegen – und alles verlief ganz normal. «Ich hatte allerdings das Gefühl, dass der Anrufer das gar nicht gemerkt hat.» Auch sonst ist der Morgen für Stefanie Zacarias und ihre Kolleginnen und Kollegen «relativ ruhig» verlaufen: «Viele Anruferinnen und Anrufer haben gar nicht darauf reagiert und so haben wir diese Gespräch wie gewohnt geführt.» Einige Kundinnen und Kunden hätten allerdings irritiert auf «Walter Meier» reagiert, wie Stefanie Zacarias bestätigt. «Sie wollten zuerst den Anruf gerade wieder beenden, da sie meinten, falsch verbunden zu sein.» Mit einem beherzten «Moment!» und den darauf folgenden Erklärungen konnte den überraschten Gesprächspartnern die Situation jedoch erklärt werden.

#### Wie bitte geht's zu Oertli?

Am meisten Mühe schien der neue Name den älteren Kundinnen und Kunden zu machen. «Einige wussten gar nichts mehr, was sagen. Sie wollten nur

noch wissen, wie sie denn nun zu Oertli kommen.» Stefanie Zacarias nahm sich in einem solchen Fall viel Zeit, um die Sachlage zu erläutern. «Unter den 30 Anrufen bis zehn Uhr waren dies jedoch die Ausnahmen.» Nicht nur bei den Anrufenden gab es in den ersten Stunden zum Teil Irritationen, «mir selbst ist „Oertli Service“ auch einmal aus Versehen über die Lippen gekommen – aber diesen Fehler hat der Anrufer definitiv nicht bemerkt.» ■



Erster Tag mit Walter Meier: Stefanie Zacarias am 12. November. (Bild: EL)



## GEBÄUDEBESCHRIFTUNGEN

# WALTER MEIER PROMINENT PLATZIERT

**Bis im November 2007 waren überall in der Schweiz Axair Kobra, Vescal und Oertli Service in Form von Leuchtschriften, Tafeln, Klebefolien, Plakaten und anderen Beschriftungen zu sehen gewesen. Auf einer eigentlichen «Tour de Suisse» haben zwei Teams alle beschrifteten Gebäude aufgesucht, ausgemessen und fürs neue Walter Meier Erscheinungsbild vorbereitet. Am 9. November wurde die erste neue Leuchtschrift installiert.** Eric Langner, Marketing Services

Ein erster Wintersturm war am 9. November angesagt, als die externen Gebäudebeschriftungs-Experten in Schwerzenbach mit der ersten Walter Meier Leuchtschrift unter dem Arm die Fassade des Hauptsitzes erklommen haben. Sie liessen sich von Wind und Wetter nicht beeindrucken, auch die Verzögerung wegen des Austausch des «Skyloader», der zuerst zu schwer für die Rampe über der Tiefgarage war, brachte sie nicht aus der Fassung.

## Willkommen und Adieu

Als es gegen 10.30 Uhr bei unerwartetem Sonnenschein und starkem Wind zum ersten Auftritt von Walter und dann Meier kam, hiess es zuerst Abschied nehmen von den WMH- und Oertli-Schriften. Sanft wurden sie zu Boden gebracht, wo ihre Karriere scheinbar endgültig zu Ende ging. Nach einer kurzen Grobreinigung der Fassade wurde «Walter» in die Höhe gehievt und damit auch punkto öffentlichem Auftritt der Startschuss für die Zukunft gegeben. «Meier» folgte, alles wurde sicher montiert, die Schutzfolien entfernt und die noch zu langen Kabel an die Stromversorgung angeschlossen. Und als «Walter Meier» von Mitarbeitenden und Passanten erstmals und intensiv bewundert wurde, trugen Marcel Volkart, Leiter technischer Hausdienst, und sein Mitarbeiter Roger Stadler die beiden «Ausgedienten» still und unspektakulär davon.

Bevor Walter Meier am ersten Gebäude und im Folgenden an vielen Fassaden in der ganzen Schweiz für sich und seine Dienstleistungen aufmerksam machen konnte, brauchte es viel Arbeit. Der erste Schritt bestand darin, die unterschiedlichsten Arten von Beschriftungen festzuhalten und gemäss neuem Walter Meier Auftritt zu definieren. Um diese Aufgabe kümmerte sich die Agentur «Hotz & Hotz» in Steinhausen. Das Ergebnis war ein Ordner, in dem alles genau festgehalten wurde, welche Gebäude wie zu beschriften sind.



Erster Auftritt an einem Gebäude: Walter Meier am 9. November in Schwerzenbach. (Bilder: EL)

## Tour de Suisse

Als nächstes kamen zwei Teams in der Schweiz zum Einsatz. Je ein Vertreter des Marketings und der Beschriftungsfirma starteten zur grossen Tour, die von Tägerwil bis Genf und von Lugano bis Basel führten. Immer wieder fanden sie jedoch keine Antwort bei den Definitionen im Ordner, zu spezifisch waren die lokalen Verhältnisse. Alle Informationen wurden zentral ausgewertet und mit der Produktion der ersten Beschriftungselemente begonnen. Bis alle Gebäude neu beschriftet sind, dauert es aber noch bis Anfang 2008.

Am Abend des 9. Novembers leuchtete zum ersten Mal eine Walter Meier Schrift in Schwerzenbach. Gleichzeitig wurde der alte Oertli-Schriftzug anlässlich einer Nostalgieparty im dritten Stock des Hauptsitzes nochmals gefeiert und mit einem lachenden und einem weinenden Auge verabschiedet. Im Dezember werden die Schrift sowie weitere Souvenirs aus der Vergangenheit für einen guten Zweck versteigert. Mehr dazu am «Blue Board»



Marcel Volkart, Leiter technischer Hausdienst, (links) und Mitarbeiter Roger Stadler.

## ENDKUNDENBERATER

## DREI BERATER, EIN ZIEL

**Um die Arbeit von Aussendienst, Planern und Installateuren zu unterstützen und zu koordinieren, kommen seit September neu drei so genannte Endkundenberater im Heizungs-Service zum Einsatz. Markus Brändli, Sven Jacot und Markus Thut stellen Schnittstellen sicher und sorgen dafür, dass der Endkunde nicht nur zufrieden ist, sondern sich bei allen Klimafragen immer wieder an Walter Meier wendet.** René Mattmann, Leiter Verkauf Heizungsservice

«Die Einhaltung der Luftreinhalteverordnung.» «Ein umweltfreundlicher und zugleich kostengünstigster Energieträger.» «Ein genau auf meine Bedürfnisse und mein Haus abgestimmtes Heizsystem.» Diese und weitere Anliegen stehen beim Hausbesitzer zuoberst auf der Prioritätenliste, wenn er sich mit der Erneuerung seiner Heizung befasst. Das bisherige Marketing-Instrument «Roter Faden» bei Oertli Service genügt nicht mehr, alle diese Fragen kompetent, schnell und abschliessend behandeln zu können. Deshalb wurde der «Endkundenberater» ins Leben gerufen und die ersten drei Mitarbeitenden für diese neue Aufgabe angestellt: Markus Brändli, Sven Jacot und Markus Thut. Sie sollen rascher auf die Bedürfnisse der Endkunden eingehen und den Aussendienst «Verkauf Heizen» entlasten. Die primäre Aufgabe im «Verkauf Heizen» besteht darin, die beiden Absatzmittler Installateur und Planer zu betreuen. Trotz dieser Aufgabenteilung müssen aber beide - Endkundenberater und Aussendienst - eng zusammenarbeiten.

#### Antworten geben, Lösungen umsetzen

«Ist eine Öl-, Gas- oder Holzfeuerung oder eine Wärmepumpe das richtige Heizsystem?» «Welche Vorteile bringt eine solarunterstützte Warmwasserbereitung?» Die Aufgabe der Endkundenberater besteht darin, auf diese und weitere Fragen Antworten zu geben und gemeinsam mit dem Kunden das auf seine Bedürfnisse und Wünsche abgestimmte Heizsystem zu finden. In einem zweiten Schritt gilt es, zusammen mit dem gemeinsam ausgewählten Installateur die Umsetzung zu planen und koordinieren. Der Endkundenberater bespricht zusam-

men mit dem Installateur die Aufgabenstellung, sorgt für eine prompte Offerte und begleitet das Vorhaben bis zur Übergabe der Heizungsanlage an den Kunden.

#### Gemeinsam zum Ziel

Markus Brändli, Sven Jacot und Markus Thut wurden speziell auf ihre Aufgabe vorbereitet und ausgebildet. Damit ihre Arbeit optimal zum Tragen kommt, brauchen sie von allen Seiten Unterstützung. Endkundenberater, Aussendienst, Installateure und Planer bilden im Kontakt mit jedem einzelnen Kunden ein Team, um gemeinsam ein Ziel zu erreichen: Die Anliegen des Kunden zu erkennen und seine Vorstellungen in die Realität umzusetzen. ■

#### DREI GROSSREGIONEN

Zurzeit stehen die Endkundenberater ausschliesslich in drei Regionen im Einsatz: Markus Brändli im Grossraum Zürich, Markus Thut in der Region Brugg/Wohlen/Aarau und Sven Jacot in der Region Bern. Je nach Geschäftsentwicklung wird eine kontinuierliche Verstärkung des Endkundenberater-Teams angestrebt.



Als Endkundenberater im Einsatz: Sven Jacot (links), Markus Thut (Mitte) und Markus Brändli (Bild rechts). (Bilder: EL, ZVG)

15 INFORMATIONSVERANSTALTUNGEN

## DER «THERMMIX» BEGEISTERT

Die bahnbrechende Technologie des neuen Öl-Wand-Brennwertkessels «ThermMix» stösst bei vielen Installateuren auf grosses Interesse. Über 700 Kunden haben diesen Herbst 15 Informationsveranstaltungen in der ganzen Schweiz besucht und sich von der Weltneuheit beeindrucken lassen. Ganz besonders haben sich Installateure und Architekten für die markanten Energie-Einsparungen sowie den geräuscharmen Betrieb interessiert. Patrick Villard, Marketing & Kommunikation



Start zu den «ThermMix»-Apéros am 25. September im Seedamm Plaza Pfäffikon. (Bilder: PV)

Nach einer mehrjährigen Entwicklungs- und Testphase mit über 50 Geräten hat sich die «ThermMix»-Projektleitung im Frühling dieses Jahres entschieden, diesen neu entwickelten Öl-Wand-Brennwertkessel im Markt Schweiz definitiv einzuführen (vgl. Bericht im «Insider», September 2007). Im August wurden über 6000 Vescal Kunden angeschrieben, um sie über die Einführung sowie die bedeutenden Vorteile des «ThermMix» zu informieren. Dabei wurde insbesondere auf die Möglichkeit aufmerksam gemacht, sich für einen der 15 «ThermMix»-Apéros anzumelden, an denen die neue Heizungstechnologie und der nahezu geräuschlose Betrieb eins zu eins erlebt werden konnte.

### Kundenkontakte intensivieren

«Wir haben uns über das grosse Interesse am «ThermMix» und die hohen Teilnehmerzahl an den Anlässen sehr gefreut», erklärt Product Manager Josef Derungs nach Abschluss der Präsentationsserie. «Während den Veranstaltungen konnten wir nicht nur die neue Technologie vorstellen, sondern auch bestehende Kundenkontakte intensivieren oder neu knüpfen.» Grosses Interesse am «ThermMix» hätten zudem



Interessierte Kundschaft in Pont-la-Ville im Hôtel du Golf de la Gruyère.

auch die Fachjournalisten gezeigt: «Diese waren vor allem von der effizienten Energieausnutzung, der geringen Umweltbelastung und dem geräuscharmen Betrieb beeindruckt.» ■

### DIE FÜNF WICHTIGSTEN STICHWORTE ZUM «THERMMIX»

- Der kondensierende Heizkessel hat einen hohen Wirkungsgrad
- Vollautomatischer Modulationsbetrieb, Bereich 1 : 3
- Bis zu 35 Prozent weniger Energieverbrauch dank sehr tiefen Abgastemperaturen
- Nahezu geräuschloser Betrieb
- Eine Sonnenkollektoranlage zur Wassererwärmung erlaubt die Ausschaltung des Kessels im Sommer

### JOSEF DERUNGS



### Möchten Sie mehr über den «ThermMix» erfahren?

Product Manager Josef Derungs gibt Auskunft: Telefon 021 943 02 11, E-Mail: josef.derungs@waltermeier.com

NEUER GAS-WAND-BRENNWERTKASSEL

# KOMPAKT UND SPARSAM

**Mit dem «De Dietrich MCR 18S» hat Walter Meier (Klima Schweiz) seit kurzem einen kompakten und sparsamen Gas-Wand-Brennwertkessel für ein optimales Heizen im Sortiment.** Peter Euler, Product Manager Gas



Enthärtungseinheit «Permasoft 5000»: wichtiges Element des neuen «MCR 18S» (Bild: ZVG)

Eine bis 19 kW modulierende Leistung und ein Wirkungsgrad bis 109 Prozent ermöglichen im Vergleich zu konventionellen Heizkesseln Energieeinsparungen von 15 bis 25 Prozent. Der neue Gas-Wand-Brennwertkessel «De Dietrich MCR 18S» überzeugt aber auch durch seine Dimensionen (H 67 x B 40 x T 30 cm), er ist der kompakteste Heizkessel seiner Klasse

## Weniger Kalk dank «Permasoft»

Die hohe Zuverlässigkeit wird mit dem Premix-Modulationsbrenner und dem spiralförmigen Edelstahlwärmetauscher erreicht, der einen guten Widerstand gegen Korrosion und hohe Temperaturvariationen bietet. Alle

Installationskomponenten sind im Heizkessel integriert. Dazu gehören eine Zweistufen-Umwälzpumpe, ein Differenzdruckbypass, ein Dreiweg-Umschaltventil Heizung/Warmwassererzeugung, ein Sicherheitsventil, ein Expansionsgefäß, ein Manometer, zwei Entlüfter, ein Siphon und ein Abgastemperatursensor mit Sicherheitsfunktion. In Regionen mit hartem Wasser ist eine Wasserenthärtung nötig. Der Kalk wird beim Einfüllen des Wassers über die Enthärtungseinheit «Permasoft 5000» mittels Ionisation zurückgehalten.

## Energiekosten sparen

Die Regelung SR1000 steuert die Wärmeverteilung des gleitenden Heizkreises und des Wasserwärmers. Für die Warmwasserproduktion steht ein modifizierbares Tagesprogramm zu Verfügung, für den Heizkreis zwei Wo-

chenprogramme, wovon eines angepasst werden kann. Der MCR verfügt im Weiteren über eine Schaltuhr mit Kalender, automatischer Sommer/Winter-Zeitumschaltung und Nachtabsenkung. Die Heizkreistemperatur ist abhängig von der Witterung. Die Wärmeerzeugung wird über sechs Schaltknöpfe gesteuert, Funktionszustand oder Fehlermeldungen zeigt das grosse LCD-Display.

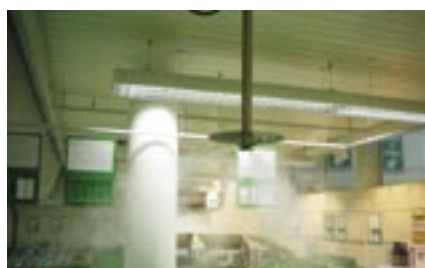
Die auf dem Rahmen vormontierten Abstellorgane ermöglichen die einfache Montage und Installation. Der 29 Kilogramm schwere Kessel wird am Rahmen aufgehängt und mittels der Verschraubungen der Abstellorgane an die Installation angeschlossen. Es passen Wasserwärmer zwischen 130 bis 400 Liter zum Kessel, welchen dem Endkunden den gewünschten Komfort garantieren. ■

GEMÜSEBEFEUCHTUNG

## IMMER FRISCH UND KNACKIG

**Damit Gemüse und Salate gekauft werden, müssen sich diese im Laden immer von der besten Seite präsentieren. Im Detailhandel wie im «Cash and Carry»-Bereich setzt man dabei auf Lösungen von Walter Meier, die effizient für lange Frische und beste Optik sorgen.**

Eric Langner, Marketing Services



Sternenförmige Hochdruckdüsen sorgen für mehr Frische bei TopCC. (Bild: ZVG)

Für Jelmoli, Marinello oder TopCC stellen sich trotz unterschiedlicher Kundenschaft bei der Präsentation von Gemüse und Salat dieselben Probleme: Werden diese während Stunden an der trockenen Umgebungsluft aufbewahrt,

verlieren sie optisch an Attraktivität. Konsequenz: Weder Gross- noch Einzelkunden kaufen die Lebensmittel und für den Händler resultiert ein grosser Anteil an Ausschussware. Sowohl für TopCC wie auch für Jelmoli oder Marinello fanden die Mitarbeitenden der Walter Meier die richtigen Lösungen.

## Hochdruckdüsen in Sternenform

Bereits seit mehr als einem Jahr werden in den TopCC-Filialen Winterthur und Rümlang «Micro Cool»-Hochdruckdüsen eingesetzt. Seit Mitte November ist auch der Betrieb in St.Gallen damit ausgerüstet. Das Wasser wird durch eine Hochdruckpumpe auf 75 Bar gepresst und mit speziell für dieses Sys-

NEUE KALTWASSERERZEUGUNG

# RUNDUM ERNEUERTE KALTWASSERANLAGE

**Die Kaltwassererzeugung und -verteilung im Universitätsspital Genf ist in die Jahre gekommen. Um die Kühlung auf den neusten Stand der Technik zu bringen und auf Jahre hinaus sicherzustellen, wurden von Walter Meier neue Kältemaschinen installiert.** Ueli Grossenbacher, Geschäftsleiter Klimatisieren



Modernste Technik für das Universitätsspital Genf. (Bild: ZVG)

Drei Maschinen stehen im Universitätsspital Genf (HUG) für die Erzeugung von Kaltwasser zur Verfügung. Dieses wurde bis anhin mit zehn Pumpen in die einzelnen Bereiche verteilt,

heute stehen dafür noch drei Pumpen im Einsatz. Versorgt werden sämtliche klimatisierten Bereiche, wie zum Beispiel Operationsblöcke oder Intensiv- und Waschstationen, sowie zu kühlende Maschinen, wie zum Beispiel Röntgengeräte oder Scanner.

tem angepasste Kunststoffschläuche zu den Verkaufsinselführungen. Die in Sternform angebrachten Hochdruckdüsen verteilen feinste Wassertropfen über die Auslage und befeuchten damit sowohl die Luft und überziehen die Lebensmittel mit einem Wasserfilm.

## Ultraschall-Befeuchter

In den Lebensmittelfilialen von Jelmoli und Marinello war ein anderes System gefragt. Hier setzen die Verantwortlichen neben der eigentlichen Befeuchtung und damit Frischhaltung der Waren auch auf einen gewissen Show-Effekt. Mittels Ultraschall-Thekenbefeuchtern «Airwin» wird ein feiner Aerosol-Nebel über ein speziell angefertigtes Rohrsystem über Gemüse und Salat verteilt.

Bei beiden Systemen wird grösstes Gewicht auf die Hygiene gelegt. Die Entkeimung des Wassers wird mit Ozon oder UV-Lampen sichergestellt. ■

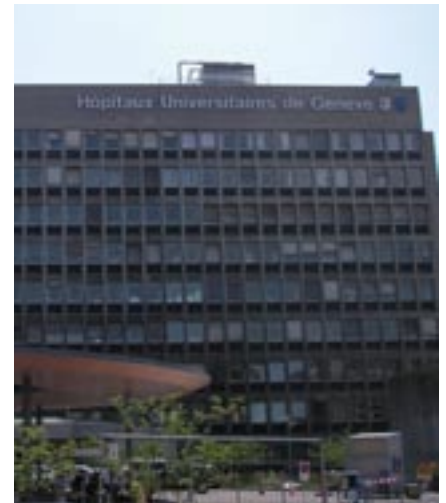
## Nicht mehr zeitgemäss

Die bisherige Anlage war bereits über 30 Jahre alt und in verschiedener Hinsicht nicht mehr zeitgemäss. Die Kältemaschinen arbeiteten mit einem nicht mehr zulässigen FCKW-Kältemittel (R12/Chlorfluorkohlenwasserstoff) sowie mit Kompressoren in so genannt «offener» Bauweise, die heute nicht mehr verwendet wird. Die Maschinen wurden von Kühltürmen mit offenem Kreislauf gekühlt, deren Lebensdauer ebenfalls am Ende war.

## Mehr Leistung

Als Ersatz wurden drei neue Turbo-Kühlaggregate der Marke Carrier 17XRV 5555 mit einer Einzelleistung von 2400 Kilowatt (kW) eingebaut. Zwei davon sind ausschliesslich für das OPERA-Gebäude im Einsatz, während die Kinderklinik mit zwei parallel geschalteten Kältemaschinen der Marke Carrier Glo-

bal Chiller 30HXC versorgt wird. Verbunden sind sie mit vier neuen Hybrid Kühltürmen der Marke Axair Jacir mit geschlossenem Kreislauf, die auf dem Dach des Gebäudes angeordnet sind. Diese bestehen ganz aus nicht rostendem Stahl sowie einem ebenfalls nicht rostendem Stahl-Wärmetauscher zwischen Prozess- und Turmwasser. Die Gesamtausgangsleistung beträgt 8400 kW. Ersetzt wurden zudem sämtliche Pumpen und die Regelung. Neu ist nun eine zentrale und energieeffiziente Steuerung der ganzen Anlage möglich. ■



Laore molorti scilis nim delissenim ver alismod olesed tat. Uptat.

PROJEKTENDE

# FIT – AUCH IN ZUKUNFT

**Vor drei Jahren wurde bei Oertli Service das Projekt «Fitall» ins Leben gerufen. Ziel war es, die Fitness der Mitarbeitenden langfristig zu verbessern und den Arbeitsalltag so gesund wie möglich zu gestalten. Jetzt geht das Projekt zu Ende – nicht aber die Inhalte: Fitness wird auch in Zukunft gross geschrieben.** Eric Langner, Marketing Services



Albert Eberle. (Bild: EL)

Albert Eberle hat vor drei Jahren das Projekt «Fitall Oertli» zusammen mit dem Personalwesen ins Leben gerufen. «Ziel war es, die Gesundheit unserer Mitarbeitenden zu verbessern – und damit nicht zuletzt auch die Ausfalltage zu verringern.» Dazu wurden regelmässig Informationsveranstaltungen durchgeführt, die Themen wie «Ergonomie am Arbeitsplatz», «Wasser - das Lebenselixier» oder «Gesunder Rücken» zum Inhalt hatten. Dazu wurden an jedem Anlass auch eigene Broschüren mit Hintergrundinformationen bereitgestellt.

Ende 2007 läuft «fitall» aus, was bei Albert Eberle nicht nur Wehmut, sondern vor allem auch Dankbarkeit auslöst: «Ich bin sehr froh, dass die Geschäftsleitung das Projekt von Anfang an unterstützt hat und wir damit bei den Mitarbeitenden auf grosses Echo gestossen sind.» Zudem sei mit Ende des Projekts das Thema noch längst nicht beendet. «In meiner Funktion als Verantwortlicher für Arbeitssicherheit und Gesundheit werde ich mich auch in Zukunft für diese Inhalte stark machen.»

Fragen, Vorschläge oder Ideen zum Thema Arbeitsplatzsicherheit und Gesundheit nimmt Albert Eberle über die Telefonnummer 044 806 42 31 oder per E-Mail [albert.eberle@waltermeier.com](mailto:albert.eberle@waltermeier.com) entgegen.

JUBILÄEN, GEBURTSTAGE, GEBURTEN UND KURSERFOLGE

## WIR GRATULIEREN

Allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die ein Jubiläum oder ein Geburtstag feiern, geheiratet haben, sich über Nachwuchs freuen oder eine Ausbildung erfolgreich abgeschlossen haben, gratulieren wir herzlich und wünschen für den weiteren Weg bei der Arbeit, im Ruhestand, zu zweit oder in der Familie alles Gute.

JUBILÄEN

### September

Rumo Roger	02.09.1992	15
Aeschbach Victoz	02.09.1987	20
Hofmann Werner	02.09.1987	20
Scheidegger Gottfried	02.09.1977	30
Russi Samuel	21.09.1977	30
Buff Walter	28.09.1967	40

### Oktober

Droz Michel	02.10.1992	15
Schär Bernhard	12.10.1992	15

### November

Neukom Marcel	02.11.1992	15
Wapf Markus	02.11.1992	15
Gottardi Tiziano	02.11.1982	25
Zuchuat Jacques	15.11.1972	35

### Dezember

Beyeler Ursula	15.12.1997	10
Bösch Walter	01.12.1992	15
Cadalbert Pieder	02.12.1977	30

GEBURTSTAGE

### September bis Dezember

Taurian Elisabeth	03.09.1947	60 Jahre
Affolter Veronika	16.12.1947	60 Jahre

GEBURTEN

### September bis Dezember

Zurfluh Philipp	Colin	01.09.2007
Weingartner Dario	Domenico	24.08.2007
Antonini Angela	Melissa	17.09.2007



WEITERBILDUNG

Sieben Servicetechniker aus dem Tessin haben erfolgreich den Kurs «Feuerungsfachmann Gas» absolviert (v.l.n.r.): Dario Capelli, Max Rahmani, Giampiero Edera, Calogero Vieni, Giuseppe Calcopietro, Simone Guzzi und Carlo Brusatori (vorne). (Bild: ZVG).

## MOMENTAUFNAHME

# BEI «WALTI» UND WALTER MEIER ZUM «ZMITTAG»

**Mittwoch, 7. November 2007, 12.08 Uhr, Abholfiliale Zürich, Räfelstrasse 25.  
Walter Rüeegsegger serviert Gulasch- und Gerstensuppe.**

Eric Langner, Marketing Services

Kurz nach 12 Uhr. Wie fast jeden Tag haben sich in der Abholfiliale und gleichzeitig Servicestelle an der Räfelstrasse in Zürich ein paar Kunden, Monteure und Angestellte eingefunden, um bei «Walti» Mittag zu essen. Seit bald fünf Jahren gibt es diese von vielen Leuten geschätzte Tradition bereits. «Angefangen haben wir damals mit Hot Dogs zum Znüni», erklärt Filialleiter Walter Rüeegsegger. Er war es auch, der auf Idee von Regional-Verkaufsleiter Jürg Berchtold das «gastronomische Angebot» in der ehemaligen Vescal-Abholfiliale eingeführt hatte. «Die Firma stellte uns ein Hot Dog-Gerät zur Verfügung, Brot und Würste habe ich je nach Nachfrage besorgt.»

Hinter dem auf den ersten Blick ungewöhnlichen Angebot zwischen Ersatzschläuchen und Heizungskörper stand der Gedanke, neue Kunden in die damals neue Filiale zu bringen, sie auch auf diese Weise zu überraschen und an sich zu binden. Mit Erfolg, wie Walter Rüeegsegger bestätigt: «Das ist bei den Kunden sehr gut angekommen. Vor allem auch, weil viele während des Tages zu wenig Zeit haben, um etwas Richtiges zu essen. Hier hatten sie die Gelegenheit, sich während des Morgens zu stärken und einen Moment Pause zu machen.» Bereits nach wenigen Monaten habe es sich jedoch gezeigt, dass ein Angebot über Mittag von den Kunden bevorzugt würde.

Es sei Sommer gewesen und darum die Idee vom Grill relativ nahe liegend, wie sich Walter Rüeegsegger erinnert. «Und so habe ich einen Grill gekauft, Geschirr und Besteck. Zudem habe ich Getränke in PET-Flaschen organisiert, um diese mehr oder weniger zum Selbstkostenpreis anzubieten.» Und so ist der Mittag «bim Walti» entstanden. «Das hat sich herumgesprochen und immer mehr Leute angelockt.» Mit der Zeit habe sich die Zahl der Gäste jedoch eingependelt, «meist sind es zwischen vier

und zwölf Personen.» Spezifische Wochentage, an denen mehr Leute kommen, gebe es in dem Sinn nicht. Zu beobachten sei jedoch, dass bei Saisonstart eher mehr sind als zum Saisonende. Um den Aufwand punkto Kosten und Zeit möglichst klein zu halten, werden in der Grillsaison «nur» drei verschiedene Grilladen angeboten: Steaks sowie Kalbs- und Schweinsbratwürste. «Das Fleisch können wir seit einiger Zeit via unseren Hauswart Arnold Schori aus einer Metzgerei in Rümlang direkt beziehen, danach wird es hier vor Ort tiefgekühlt und je nach Bedarf aufgetaut.» Wer bei Walter Rüeegsegger Mittag essen will, muss sich zuvor telefonisch anmelden. «Möglichst früh, dann kann ich alles im Laufe des Morgens vorbereiten.»

Im Winter stehen statt Grillspezialitäten Suppen auf der Speisekarte. Diese werden meist zweimal pro Monat von Walter Rüeegseggers Frau Marianne gekocht und danach tiefgefroren in der Filiale gelagert. «Heute habe ich zum Beispiel zwei Portionen Gulaschsuppe und eine Portion Gerstensuppe vorbereitet.» Minestrone wäre die dritte Variante gewesen. «Allerdings sind jeweils nur zwei Sorten möglich, da ich nur zwei Herdplatten zur Verfügung habe.» Er selbst setzt sich nach dem «Service» ebenfalls zu seinen Gästen, «für mich heute jedoch mit Wähen statt mit Suppe.» Für Walter Rüeegsegger gehört der Mittag im Kreise von Kollegen und Kunden einfach dazu: «Die Vorbereitungen bedeuten für mich keinen grossen Aufwand und es macht mir Spass. Ausserdem esse ich auch lieber mit anderen zusammen als ganz alleine.» ■

Wer ebenfalls einmal bei Walter Rüeegsegger Mittag essen möchte, meldet sich jeweils bis spätestens 10.30 Uhr des Tages direkt bei ihm an. Telefon 044 463 94 11 oder per E-Mail: walter.rueegsegger@waltermeier.com.



Walter Rüeegsegger serviert Kunde Renato Andric Gulaschsuppe. (Bild: EL)

## PENSIONIERTE

## HEISS UND KALT IN MUHEN

**Am 7. September haben sich die Pensionierten von Oertli Service zu ihrem traditionellen Jahresausflug getroffen. Auf dem Programm stand der Besuch der Bauernhofbrennerei der Familie Lüthy im aargauischen Muhen.**

Eric Langner, Marketing Services



**Degustieren und Aufwärmen:** Die Schnäpse der Bauernhofbrennerei der Familie Lüthy kommen an.



**Probieren fängt mit dem Riechen an:** Petra Tscharner (links) und Geschäftsleiter Martin Kaufmann (rechts). Bilder: ZVG



**Keiner wie der andere:** Schnaps ist nicht gleich Schnaps.

Aus der ganzen Schweiz sind über 70 ehemaligen Oertli Service-Mitarbeitende angereist, um sich wie jedes Jahr zum Pensionierten-Anlass zu treffen. Nach der Ankunft in der Gemeinde Muhen im Kanton Aargau, wurden zwei Gruppen gebildet.

Für die eine Hälfte war zuerst eine Fahrt im Pferdewagen durch verwunschenneblige Landschaften angesagt. Der Kälte während dieses ersten Teils des Ausfluges versuchten einige der Teilnehmerinnen und Teilnehmer mit Oertli-Decken zu trotzen – was gemäss Aussagen am Ende der Fahrt jedoch nur zum Teil gelungen sei. Die zweite Gruppe auf der anderen Seite startete den Tag mit Aufwärmen: In der Bauernhofbrennerei der Familie Lüthy erfuhren die Pensionierten während eines Rundgangs nicht nur alles über das Schnapsbrennen, sondern konnten auch selbst von den feinen (und wärmenden) Getränken probieren.

Zum gemeinsamen Mittagessen ging es für beide Gruppen weiter ins Wirtshaus Rütihof in Gränichen, wo nicht

nur kulinarische Höhepunkte auf dem Programm standen, sondern auch eine Kurzinformation von Geschäftsleiter Martin Kaufmann. Neben seinen Ausführungen über die Fusion bestätigte er auch, dass 2008 wiederum ein Pensionierten-Anlass durchgeführt werde – was bei den Anwesenden für viel Freude und Applaus sorgte. Am Nachmittag stand für die erste Gruppe schliesslich der Besuch in der Brennerei auf dem Programm, für die zweite die Pferdewagen-Fahrt. Zum Zvieri trafen sich alle wieder, um den Tag gemeinsam abzuschliessen. ■