

## Sanitas Troesch

Die Sanitas Troesch AG ist das führende Haus für Küche und Bad in der Schweiz. Sie ist Mitglied der IGH (Interessengemeinschaft Datenverbund für die Haustechnik), welche eine Portalfunktion für die Branche aufgebaut hat. Als Pilotprojekt erarbeitete Sanitas Troesch, zusammen mit der AAA EDV Beratungs AG, eine E-Commerce-Lösung, welche sämtlichen IGH-Mitgliedern als einheitliche Plattform zur Verfügung steht.

### 1 Business Case

Folgende Personen waren in die Aufarbeitung dieser Case Study involviert:

- **Ansprechpartner Sanitas Troesch AG:** Rinaldo Wyder/Bernhard Rinderli
- **Ansprechpartner AAA EDV Beratungs AG:** Urs Antener
- **Experten/Autoren: Zürcher Hochschule Winterthur,**  
Mireille Troesch/Andreas Bergmann

#### 1.1 Einordnung

Bei der E-Business-Lösung der Sanitas Troesch AG handelt es sich um eine Business to Business-Lösung (B2B). Von andern Anbietern kann sie jedoch auch als Business-to-Customer-Lösung (B2C) verwendet werden. (vgl. Abbildung 1-1).

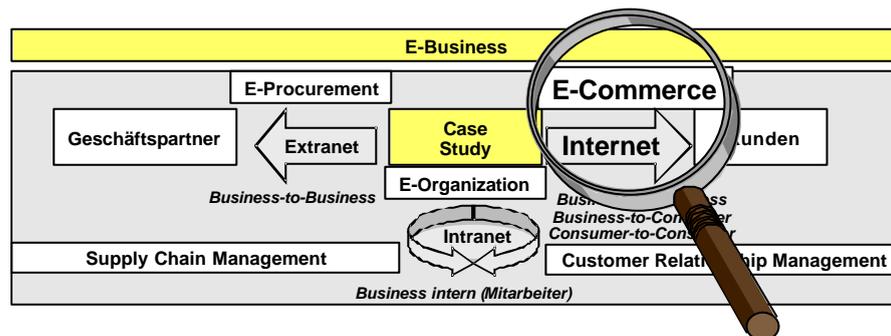


Abbildung 1-1 : Einordnung in die E-Business-Übersicht

## 1.2 Webadresse

<http://www.sanitastroesch.ch> (Button „E-Commerce“) oder <http://www.igh.ch> (online-fertig-los!)

Benutzername ist: Orbit

Passwort ist: Comdex

Die Leser haben während der Orbit-Comdex 2000 und für eine kurze Zeit danach mit dem obengenannten Benutzernamen und Passwort die Möglichkeit die E-Business-Lösung als Testkunde zu besuchen. Keine Angst vor möglichen Folgen: Es werden weder effektive Bestellungen ausgelöst, noch werden Zugriffs- oder Verkaufsstatistiken verfälscht.

## 2 Allgemeine Informationen

Die folgenden Ausführungen geben Auskunft über das Unternehmen, die Branche und die angebotenen Produkte sowie den eigentlichen Grund für den Internet-Entscheid.

### 2.1 Hintergrund Unternehmen

Die Sanitas Troesch AG ist das führende Haus für Küche und Bad in der Schweiz. 1999 wurde ein Nettoumsatz von insgesamt Fr. 350 Mio. erreicht, davon Fr. 270 Mio. im Bad- und Fr. 80 Mio. im Küchenbereich.

An 17 Standorten in der ganzen Schweiz werden die Kunden (Sanitärinstallateure, Sanitärplaner, Architekten sowie private und institutionelle Anleger) in Ausstellungen, bei der Einrichtung einer Küche und/oder eines Bades beraten. Im Badbereich erfolgt die Lieferung ausschliesslich über den Sanitärinstallateur, der die fachgerechte Montage der sanitären Apparate garantiert. Die 5 regionalen Logistik-Center sorgen für die termingerechte Auslieferung der Kundenaufträge. Zudem stehen den Kunden 22 Abhol-Shops, für Produkte des täglichen Bedarfs (Ersatzteile usw.), zur Verfügung.

Das Stammsortiment im Badbereich umfasst rund 100'000 Artikel, wovon über 8'000 Artikeln im Lager abrufbar sind.

### 2.2 Markt/Branche

#### 2.2.1 Bezeichnung der Branche

Sanitärfachhandel

### 2.2.2 Beschreibung der Marktentwicklung

Vor rund 7 Jahren hatte die Haustechnik-Branche (Heizung, Klima, Lüftung, Sanitär) das Problem, dass kein direkter Datenaustausch zwischen den Händlern und ihren Kunden (Haustechnik-Betriebe) möglich war. Der Datenaustausch musste immer über den entsprechenden Software-Lieferanten des Kunden abgewickelt werden. Die Daten wurden durch die Software-Häuser immer neu aufbereitet, was einerseits zu Zeitverzögerungen und andererseits zu erheblichen, wiederkehrenden Kosten führte.

In ersten, informellen Gesprächen stellten die Händler fest, dass das Problem nur gemeinsam zu lösen ist. Dank dem persönlichen Engagement und der Bereitschaft, mit konkurrenzierenden Firmen eine gemeinsame Lösung zu finden, wurde am 25. März 1994 die Interessengemeinschaft Datenverbund für die Haustechnik (IGH) von 10 Händlern der Heizungsbranche gegründet. Kurz darauf wurde die Sanitas Troesch AG Vollmitglied der IGH. Heute sind rund 80 % der an der Wertschöpfungskette Beteiligten dort vereint. Zum jetzigen Zeitpunkt zählt die IGH 75 Mitglieder. Zu den Mitgliedern gehören 67 führende Lieferanten der Bereiche Heizung, Lüftung und Sanitär, der Schweizerische Spenglermeister- und Installateur-Verband (SSIV), der Verband CLIMA SUISSE sowie 6 Softwarehäuser, die Programme für die Haustechnikbranche anbieten.

Ziel der IGH ist es, den Installateuren gute und günstige Hilfsmittel für ihre tägliche Arbeit anzubieten. Gleichzeitig soll die Datenaktualität jederzeit gewährleistet sein und der wiederkehrende Aufwand reduziert werden. Auf der von der IGH herausgegebenen Katalog-CD „Win\_Expert“ stehen den Kunden alle Preisbücher mit einheitlicher Datenstruktur zur Verfügung.

Schon seit einiger Zeit stellt die IGH der Branche eine Informationsplattform (Fachliteratur, Fach-News, Messekalender, Kursangebote, Download-Möglichkeiten) im Internet zur Verfügung. Es war deshalb naheliegend, den Kunden auch eine E-Commerce-Lösung anzubieten und sie an das neue Medium Internet heranzuführen. Sanitas Troesch übernahm dieses Pilotprojekt und erarbeitete, zusammen mit der AAA EDV Beratungs AG, eine auf der Katalog-CD basierende E-Commerce-Lösung.

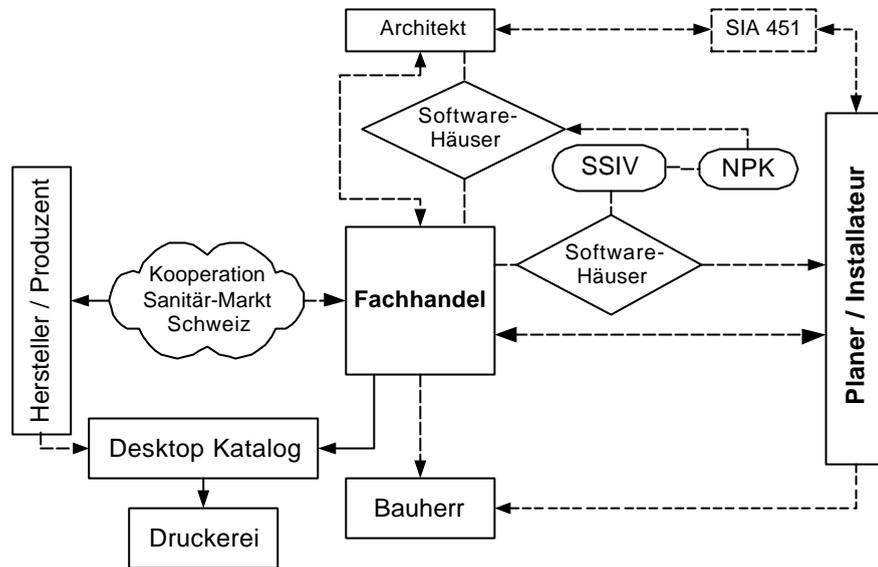


Abbildung 2-1: Datenaustausch im Sanitärfachhandel

#### Abgrenzung zu anderen E-Business-Lösungen der Branche

1. Der grosse Vorteil und die Einzigartigkeit der Lösung liegt in der erwähnten Portalfunktion. Nicht nur der Sanitas Troesch AG steht nun eine einheitliche, aktuelle Arbeits- und Informations-Plattform zur Verfügung, sondern der ganzen Branche.
2. Es stehen Datenschnittstellen zur Verfügung, die es ermöglichen, lokal mit Branchen-Software der marktführenden Software-Anbieter zu arbeiten und aktuelle Produkte-Daten und Preise über das Internet auszutauschen.
3. Ohne Investitionen in mehr oder weniger teure Branchen-Software können online (Muster-) Offerten und Angebote zusammengestellt werden und danach in Word oder Excel lokal weiter verarbeitet werden.
4. Die E-Business-Lösung kann jederzeit auch mit branchenfremden Anbietern (z. B. Office-Händlern) ergänzt werden. Der Kunde kann auf der ihm gewohnten Oberfläche z. B. auch den Toner für seinen Drucker oder seine Büroklammern bestellen.

## 2.3 Produkte

Die Sanitas Troesch AG verkauft im „Geschäftsbereich Bad“ sanitäre Apparate, Badezimmermöbel, Armaturen, Garnituren, Zubehör und Ersatzteile sowie Waschautomaten und Trockner.

In der E-Business-Lösung beschränken sich die Unternehmungen auf die mit einer Artikel-Nummer definierten Produkte. Das Angebot entspricht dem Sortiment im gedruckten Katalog.

Die Produkte können wie folgt kategorisiert werden:

Physische Produkte	<input checked="" type="checkbox"/>
Nicht-physische Produkte	<input type="checkbox"/>

Standardprodukte	<input checked="" type="checkbox"/>
Konfigurierbare Standardprodukte	<input checked="" type="checkbox"/>
Individualprodukte	<input type="checkbox"/>
Konsumprodukt (B-C)	<input type="checkbox"/>
Direktes Produkt (B-B)	<input type="checkbox"/>
Indirektes /MRO- Produkt (B-B)	<input checked="" type="checkbox"/>

Im Sortiment befinden sich auch eine geringe Anzahl MRO-Produkte (Maintenance, Repair, Operations).

## 2.4 Grund für den Internet-Entscheid

Hauptziel war die Erweiterung und Verbesserung der Kundendienstleistung mit einer attraktiven, modernen Bestellmöglichkeit sowie die Erhöhung der Kundenbindung.

## 3 Strategiefindung „Der Weg zum Entscheid“

Die folgenden Abschnitte erläutern das Vorgehen der Sanitas Troesch AG bei der Entwicklung einer kundenorientierten E-Business-Lösung.

### 3.1 E-Business-Vision

Die E-Business-Lösung wird zur unumgänglichen Arbeits- und Informationsplattform für alle Bauprofis der Schweiz.

## 3.2 E-Business-Geschäftskonzept

Die E-Business-Lösung richtet sich an den Hauptkunden im Badbereich, den Sanitär-Installateur (B2B). Es ist ein ergänzendes Vertriebssystem, das dank einfachsten Bestellmöglichkeiten und Aktualität eine höhere Kundenbindung schafft. Zusätzlich dient diese Plattform allen Kunden und Geschäftspartnern als Informations- und Nachschlagequelle.

## 3.3 Nutzenpotenziale

### 3.3.1 Vorteile für den Kunden

Die markantesten Vorteile für den Kunden sind:

- Zeitliche Unabhängigkeit
- Einfache Artikelsuche (Buchregister, alphabetische Suche, technische Suche, Schnellerfassung über die Artikelnummer)
- Verfügbarkeitsanzeige (Lagerbestände der diversen Auslieferungslager)
- Bookmarks (Anlegen eines eigenen Kataloges für häufig verwendete Artikel)
- Bilder von Produkten
- Montageskizzen sowie Masszeichnungen im DXF und CAD – Format (zur Zeit in Arbeit)
- Versandbestätigung per E-Mail oder Telefax
- Speicherung aller getätigten Bestellungen und Offerten
- Adress- und Mitarbeiterverwaltung
- Download des Preisbuches

Weitere, jedoch bei Sanitas Troesch nicht integrierte Möglichkeiten:

- Kundenspezifische Netto-Einkaufspreise
- Montage- und Bedienungsanleitungen im PDF-Format

### 3.3.2 Finanzierung

Die Finanzierung erfolgt bei Sanitas Troesch über den Umsatz.

Die AAA EDV Beratungs AG hat den grösseren Teil der Entwicklungskosten vorfinanziert. Diese Vorfinanzierung wird nun über die sich an der E-Business-Lösung

beteiligten Anwender amortisiert. Jeder Anwender hat also nur einen Teil der Kosten zu tragen.

Tabelle 3-1: Finanzierung der E-Business-Lösung

durch Umsatz	durch internes Sponsoring	andere Quellen
<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### 3.3.3 Kosten der E-Business-Lösung

Für die Entwicklung der E-Business-Lösung benötigte die AAA EDV Beratungs AG insgesamt 18 Personenmonate. Sanitas Troesch hat für die Projekt-Entwicklung und Begleitung, die Aufbereitung der erforderlichen Daten, Systemtests, Einführungen und Präsentationen drei Personenmonate aufgewendet.

## 3.4 Beziehungen zu Geschäftspartnern

### 3.4.1 Beziehungen zu Kunden

Tabelle 3-2: Beziehung zu Kunden

Funktion	erfüllt?
Anregungsphase	<input checked="" type="checkbox"/>
Informationsphase	<input checked="" type="checkbox"/>
Vereinbarungsphase	<input checked="" type="checkbox"/>
Erfüllungsphase	<input type="checkbox"/>
Treuephase	<input type="checkbox"/>

Die E-Business-Lösung wird dem Kunden als ergänzende Dienstleistung angeboten. Es werden jedoch keine speziellen Konditionen, Boni usw. angeboten.

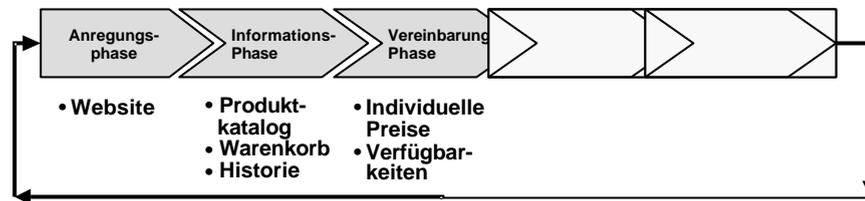


Abbildung 3-1: Transaktionsphasen

### 3.4.2 Beziehung zu Lieferanten

Die Lieferanten des Sanitärfachhandels haben eine Arbeitsgruppe gebildet, die die Bedürfnisse des Handels abklärt.

Im Vordergrund steht dabei die Lieferung von Produktdaten, wie z. B.

- Artikelnummern und Bezeichnungen
- Texte (d/f/i)
- Preise
- Bilder, Masszeichnungen, 3D-Zeichnungen usw.

Zukünftig sollen die Daten auf dieser Stufe elektronisch übermittelt werden können. Die Vereinheitlichung der Schnittstellen und Formate ist das erklärte Ziel dieser Arbeitsgruppe.

## 4 Implementierung „Der Weg zur Eröffnung“

Die Projektdauer inklusive Einführung dauerte genau ein Jahr. Die Meilensteine des Projekts waren:

- die Darstellung der Datenbank im Internet mit sehr raschen Zugriffszeiten
- die Integration von unterschiedlichen Lieferbereitschaftsanzeigen (z. B. je nach Standort)
- die Einführung, 15 Kundenanlässe mit über 500 Teilnehmern
- die ersten Kundenfreischaltungen und Bestellungen

Es steht nun eine Lösung zur Verfügung, welche die ganze Komplexität der Haustechnik-Branche optimal abbilden kann.

Sie wird seit ihrer Lancierung ständig auf Grund der Wünsche aller daran Beteiligten weiterentwickelt. Kürzlich wurde das Tool für den Datenaustausch integriert.

Weitere Produkte-Anbieter können ab Projektstart bis und mit notwendiger Software-Anpassung in vier bis zwölf Wochen initialisiert werden. Nicht inbegriffen ist die Artikel-Erfassung, die vom jeweiligen Anbieter abhängt.

#### **4.1 Design der Geschäftsprozesse**

Die Geschäftsprozesse mussten nicht oder nur sehr geringfügig angepasst werden. Der Verkauf von ganzen Badezimmereinrichtungen für Neubau- oder Renovationsobjekte (ca. 80 % des Umsatzes) werden in der Regel im Zusammenhang mit einem Ausstellungsbesuch und/oder über Aussendienstmitarbeiter abgewickelt. Dies wird sich auch in Zukunft nicht ändern.

Bei diesem Projekt ging es in erster Linie um die Abwicklung des Tagesgeschäftes (entspricht ca. 20 % des Umsatzes). Das heisst, der Installateur bestellt täglich Artikel, die er für seine Reparatur- und Serviceaufträge benötigt. Insbesondere kleinere Unternehmen erledigen ihre administrativen Arbeiten meistens ausserhalb der normalen Bürozeit. Die Nutzung der Online-Applikation erleichtert diesen Kunden die Arbeit erheblich. Tagsüber werden die Verkaufssachbearbeiter ausserdem durch weniger Kundenanrufe (Bestellungen, Anfragen usw.) belastet.

Eine Anpassung der Geschäftsprozesse drängt sich erst auf, sobald der Datenaustausch auf die Lieferanten ausgedehnt oder mit den Kunden weiter ausgebaut wird.

#### **4.2 Die Partnerwahl**

Mit der Konzeption und Realisierung wurde die Firma AAA EDV Beratungs AG in Aarau beauftragt. Die AAA EDV Beratungs AG ist seit mehr als 15 Jahren in der Haustechnik-Branche tätig. Für das Projekt waren der Geschäftsführer Urs Antener mit mehr als 20 Jahren und sein Geschäftspartner und Software-Entwicklungsleiter Thomas Widmer mit mehr als zehn Jahren Branchenerfahrung verantwortlich. Ihre Kenntnisse der Branche und der brancheninterne Bekanntheitsgrad, sowie die erfolgreiche Win\_Expert-Applikation auf CD, waren bei der Partnerwahl ausschlaggebend.

#### **4.3 Die Software-Lösung**

Der Lösungsansatz basiert nicht auf verschiedenen Links sondern auf der Lösung einer Plattform. Alle Produkte-Anbieter verwenden die konzeptionell gleichartige

Produkte-Darstellung und der Anwender verfügt über ein Zutritts-Passwort. Der individuelle Auftritt (Corporate Identity) der einzelnen Anbieter bleibt trotz Einschränkungen gewährleistet.

Jeder Produkte-Anbieter kann die Nutzungsmöglichkeiten des einzelnen Kunden einschränken oder sperren, individuelle Netto-Preise zuordnen, Kunden regionalen Verkaufsstellen zuordnen, Gastzutritte ermöglichen und vieles mehr.

Die realisierte E-Commerce-Lösung setzt auf eine einfache und kundenfreundliche Benutzeroberfläche mit zahlreichen Suchhilfen. Der Kunde verfügt über das aktuelle, im gedruckten Artikel-Katalog angebotene Sortiment.

#### **4.3.1 Navigation**

Bei der Navigation wurde folgendes speziell beachtet.

1. Auffindbarkeit der verschiedenen Preisbücher
2. Auffindbarkeit der Artikel im Preisbuch
3. Verwaltung der Offerten, Offertanfragen und Bestellungen
4. Download aktueller Preisbuch-Daten
5. Personalisierung für Anwender mit eindeutigem Login

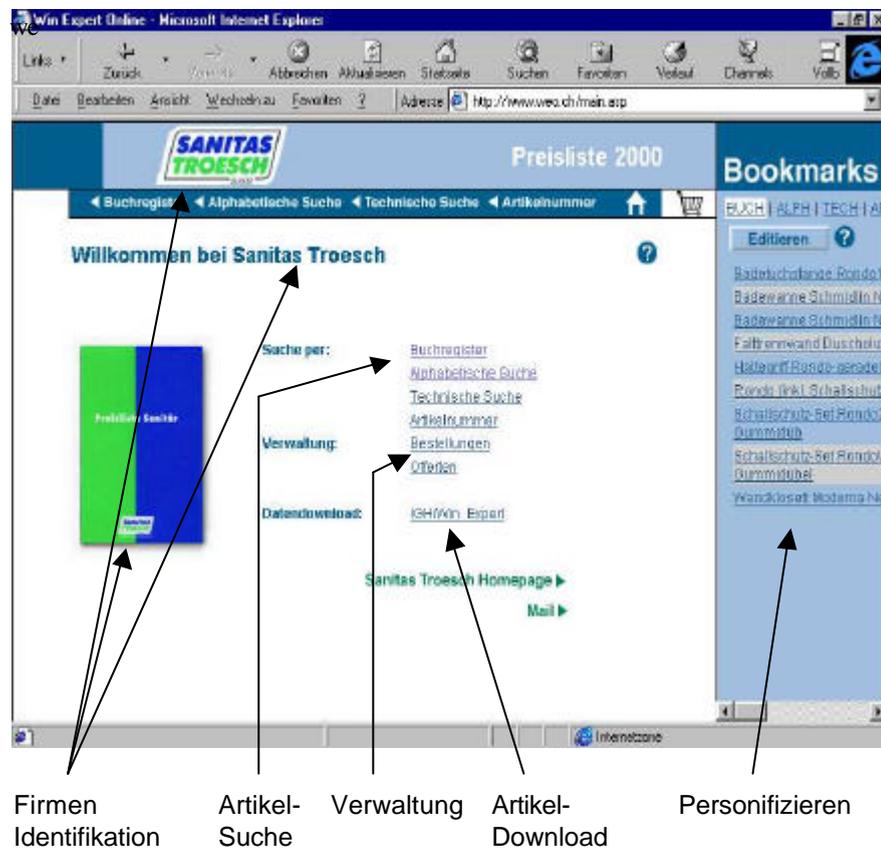


Abbildung 4-1: Einstiegsseite zum Sanitas Troesch-Preisbuch

#### 4.3.2 Funktionalität (Stichworte)

- Freischaltung: Der Preisbuchanbieter stehen neun verschiedene Sicherheitsstufen zur Verfügung.
- Firmenverwaltung: Adress- und Mitarbeiterverwaltung (inkl. Zugriffsrechte). Falls gewünscht eigene Artikelpreise und unterschiedliche Bestell-Orte.
- Registersuche: Dieses Suchverfahren wird genau dem gedruckten Preisbuch angepasst, so dass der Anwender zwischen Internet und Buch fast keinen Unterschied feststellen kann.

Alphabetische Suche:	Vom Mouse-Click auf einen „Suchbuchstaben“, eine Teil-Wort-Suche am Wort-Anfang oder in der Wort-Mitte, bis zur kombinierten Suche ist alles integriert.
Technische Suche:	Der Preisbuchanbieter kann für gewisse Produkte einen Frage-Antwort-Katalog erstellen, womit der Anwender exakt auf die richtigen Produkte gelenkt wird.
Schnellerfassung:	Über Artikel-Nummer, respektive Serien von Artikel-Nummern mit gewünschten Stückzahlen eingeben.
Synonyme:	Wenn vorhanden, kann der Anwender zwischen NPK-Artikel-Nummer oder Lieferanten-Nummer wählen.
Artikel-Nummern:	Es können bis zu zehn verschiedene Artikel-Nummern abgebildet werden (Hersteller-, Händler-, EAN-Nummer usw.)
Stücklisten:	Zu Artikeln können Zusatzartikel, die z. B. für die Montage benötigt werden, vorgegeben und in den Warenkorb übernommen werden.
Bookmarks:	Jeder Anwender ist in der Lage, seine häufig gebrauchten Artikel zu kennzeichnen, damit zu einem späteren Zeitpunkt nicht immer wieder das Suchverfahren angewendet werden muss. Er kann Produkteserien oder einzelne Artikel so kennzeichnen.
Warenkorb:	Der Warenkorb ist jederzeit änderbar und zeigt die Lagerbestände, die Preise sowie den Gesamtpreis der sich im Warenkorb befindlichen Waren.
Offerten:	Der Anwender soll auch Offerten gegenüber dem Bauherrn erstellen können. Hier wird Wert auf die Kompatibilität zu Word, Excel und anderen Anwendungen gelegt.
Bestellungen:	Werden über Schnittstellen, manuell oder über die Umwandlung von Offerten und Offertanfragen erfasst.
Verwaltung:	Bestehende Offerten und Bestellungen können jederzeit für neue Bestellungen weitergenutzt werden.
Anwenderdaten:	Der Anwender verwaltet seine Adress-Daten selber.
Preisbuchdaten:	Da die meisten Preisbuchanbieter die Artikel-Daten wie Artikel-Text, Stücklisten, Bild- und Informationsmaterial, nicht „Internetfähig“ anbieten können, hat AAA EDV eine eigene Logik aufgebaut um solche Daten zu erfassen.

Schnittstellen:	Zu den meisten ERP-Systemen werden Schnittstellen erstellt oder angepasst.
Statistiken:	Zugriffstatistiken stehen dem Preisbuchanbieter in File-Form zur Verfügung.

#### 4.4 Die technische Plattform

Die E-Business-Lösung verwendet einen über das Internet erreichbaren Computer mit 2 Prozessoren unter Windows NT4 und Raid 5.

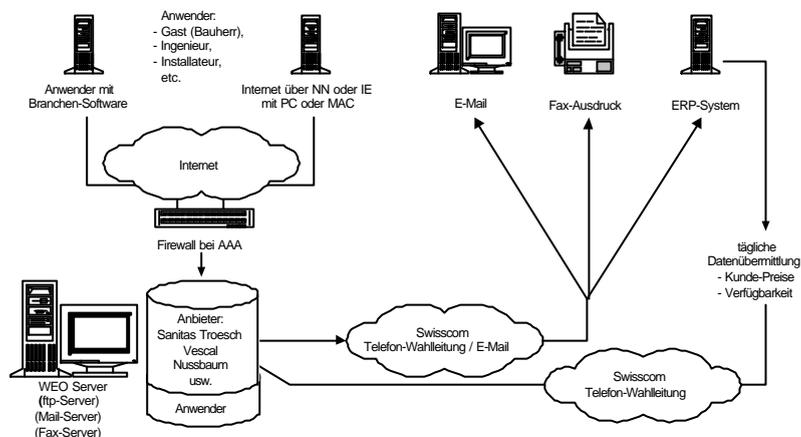


Abbildung 4-2: Technische Plattform

Es ist ein Firewall (Linux) vorgeschaltet. Der NT-Server wird auf einem zweiten PC gespiegelt und täglich vollständig auf einem Datensicherungs-Server gesichert.

Zur Datenhaltung und für Suchfunktionen wird der Microsoft SQL-Server 7.0 und der Microsoft Site Server 3.0 verwendet. Die Anbindung an ERP-Systeme der Preisbuchanbieter geschieht individuell, entweder über Schnittstellen oder entsprechende Online-Zugriffe direkt auf einzelne Module der ERP-Systeme.

Notwendige Erweiterungen in die Hardware aber auch alle Verbesserungen der Lösung werden durch die einzelnen Preisbuchanbieter gemeinsam finanziert. Davon ausgenommen ist einzig die Schnittstellen-Programmierung zu internen ERP-Systemen.

## 4.5 Mitarbeiterqualifizierung

Eines der Ziele der ganzen Entwicklung war, dass sich auch beim Preisbuch-Anbieter, ausser der Informatik-Abteilung, niemand um die E-Business-Lösung kümmern muss.

### 4.5.1 Anwender

In der Haustechnik-Branche hat Sanitas Troesch mit dieser Lösung eine Pionierrolle übernommen. Die meisten Unternehmen beginnen, sich auf dieses Medium einzustellen. Gerade deshalb ist eine einfache, selbsterklärende Benutzeroberfläche wichtig.

## 4.6 Web-Programmierung / Markteinführung

Dank der Verwendung von bestehenden Komponenten der Microsoft-Plattform und einer bereits bestehenden Datenbasis der Win\_Expert CD-Lösung, konnte in kurzer Zeit ein Prototyp aufgesetzt werden, welcher die Möglichkeiten einer technisch äusserst anspruchsvollen E-Commerce-Lösung aufzeigen konnte. Trotzdem dauerte die Entwicklung, nicht zuletzt durch die Komplexität der Artikel-Darstellung in der Haustechnik-Branche, der heutigen Lösung rund neun Monate. Den Kunden steht eine neutrale Hotline, die durch die AAA EDV Beratungs AG betrieben wird, zur Verfügung.

# 5 E-Business-Lösung „Operation/Betrieb“

## 5.1 Zugriffe

Seit der Einführung im Juli 1999 konnten 210 Kunden freigeschaltet werden. Diese Zahl erhöht sich kontinuierlich. Die Kundenreaktionen sind sehr positiv. Geschätzt werden insbesondere die einfache Artikelsuche sowie die zeitliche Unabhängigkeit. Bestellt werden insbesondere Artikel des täglichen Gebrauchs (Ersatzbedarf) für den Kundenservice. Die schriftliche Form trägt zur Minimierung von Missverständnissen bei und entlastet die Verkaufssachbearbeiter.

## 5.2 Finanzierung/Ertrag

E-Commerce stellt in diesem Fall ein ergänzendes Vertriebssystem und eine Investition in die Zukunft dar. Als Marktleader sieht die Sanitas Troesch AG in diesem Bereich die Möglichkeit, ihre Marktposition weiter auszubauen.

## 6 Herausragende Punkte „Success Factors“

### 6.1 Entscheidende Veränderungen

Die Kunden, in erster Linie Handwerker, haben erkannt, dass mit der Internet-Plattform viele administrative Abläufe einfacher werden. Der Datenaustausch zwischen den Marktteilnehmern (Handel, Handwerker, Planer, Architekt und Bauherr) wird in Zukunft an Bedeutung gewinnen.

### 6.2 Generelle Auswirkungen

Durch die immer schneller werdenden Kommunikationstechnologien wird sich dieser Markt rasant weiterentwickeln. Basierend auf diese E-Commerce-Lösung lassen sich weitere Dienstleistungen zu Gunsten des Kunden realisieren.

### 6.3 Lessons Learned

Herausragend am Case Sanitas Troesch ist die Tatsache, dass es gelungen ist, für eine ganze Branche eine einheitliche E-Business-Lösung zu erstellen. Allerdings vermögen reine E-Commerce-Lösungen nicht entscheidend in Geschäftsprozesse einzugreifen. Dies umso mehr als in diesem Fall nur ein kleiner Teil des Geschäftsvolumens über diesen Kanal abgewickelt wird.

## 7 Spezialitäten

Der grosse Vorteil und die Einzigartigkeit der Lösung liegt in der erwähnten Portalfunktion durch die IGH, die der ganzen Haustechnik-Branche eine einheitliche, aktuelle Arbeits- und Informationsplattform zur Verfügung stellt.