

# Herzlich willkommen in der SBZ-Mehrwert-Gemeinde

Zum ersten Mal finden Sie, liebe Leserinnen und Leser, das Supplement bav – beraten, ausstellen, verkaufen – als festen, aber klar abgegrenzten Bestandteil in der SBZ. Von 1998 bis Ende 2000 erschien das „Marketing-Fachmagazin für Verkaufsaktive“ als separates Heft. Doch als die bav-Redaktion erkannt hat, daß die Themen Verkauf, Werbung, Kundenorientierung, Ausstellungsgestaltung etc. auf ein immer breiteres Interesse stoßen, hat sie sich zur Integration des Titels in der SBZ entschlossen. So können jetzt wesentlich mehr Leser von den praxisbezogenen Inhalten profitieren als früher.



Mit dieser Mehrwert-Strategie möchten wir dazu beitragen, daß sich die SBZ-Leser – in Zeiten schrumpfender Margen und zunehmendem Konkurrenzdruck – durch gezielte Marketingaktivitäten Wettbewerbsvorteile verschaffen können. Zwar wissen alle Marktpartner, daß es Millionen von sanierungsbedürftigen Badezimmern und Heizungsanlagen gibt. Doch es bleibt die Frage, wie es gelingt, den Endkunden derart zu motivieren, daß er sein Geld in ein neues Bad oder in eine neue Heizung investiert und dabei auch noch auf die Fachschiene setzt. Die Antwort darauf ist nicht einfach. Nicht nur weil der Handwerker im Ringen um das Endkunden-Budget mit

Baumärkten und Möbelhäusern konkurrieren, sondern auch gegen die millionenschweren Werbeetats der Tourismus- und Automobilbranche ankämpfen muß.

Sinnvoll ist deshalb eine zweigleisige Marketing-Strategie, die sowohl auf der regionalen und lokalen als auch auf der bundesweiten Maßnahmenschiene fährt. Interessant dabei ist, daß sich auch eine deutschlandweite Endkundenansprache – wie beispielsweise die VDS-Gemeinschaftswerbeaktion – dazu eignet, ergänzende und gezielte Marketingaktivitäten vor Ort durchzuführen. Wie sich dies alles in die Praxis umsetzen läßt und viele weitere, geldwerte Infos rund ums Beraten, Ausstellen und Verkaufen lesen Sie künftig gebündelt in den bav-Schwerpunktteilen.

Eine zunehmend wichtigere Rolle im Wettbewerb um den Kunden spielt auch das Medium Internet. Hauptprobleme sind dabei, daß es keine gesicherten Erfahrungswerte gibt und die Entwicklung mit rasantem Tempo voranschreitet. Um hier den SHK-Handwerksbetrieben Orientierungsmöglichkeiten zu bieten, hat die SBZ im vergangenen Jahr den „SHK-Internet-Osc@r-Wettbewerb“ ins Leben gerufen. Was dabei an Internet-Lösungen zu Tage gefördert wurde, war schon erstaunlich: zahlreiche Online-Shops, eine Online-Fördermittelberechnung, die Möglichkeit für den Endkunden, sich per Internet einen Kundendiensttermin zu buchen oder sich ein individuelles Bad zu planen. Über acht SBZ-Ausgaben hinweg wurden die besten Homepages ausführlich mit ihren Stärken und Schwächen vorgestellt.

Der tolle Erfolg des ersten Wettbewerbs hat uns motiviert, in diesem Jahr eine Neuauflage zu starten. Bei der zweiten Runde des SHK-Internet-Osc@rs, die wir mit dieser SBZ einläuten, winken Preise im Wert von über 30 000 DM. Dazu gehören zum Beispiel eine 14tägige Reise im Wert von 15 000 DM und zwei komplette Multi-Media-PC-Anlagen. Mehr darüber und zu den Teilnahmebedingungen erfahren Sie in dieser und in der nächsten SBZ-Ausgabe sowie im Internet unter [www.shk.de](http://www.shk.de). Herzlich willkommen in der SBZ-Mehrwert-Gemeinde.

Jürgen Wendnagel  
SBZ-Redaktion