

Von Angeboten der Heizölwirtschaft Gebrauch machen

300 Aufträge pro Betrieb

Der Erfahrungsaustausch über die Kooperation von Heizungsbauern und Mineralölhändlern stand im Fokus der Ölfachtagung Mitte April in Berlin.

Den Auftakt bildete eine Podiumsdiskussion von Mineralölhändlern und Heizungsbauern aus Berlin und Brandenburg über Erfahrungen und Ergebnisse von Gemeinschaftsaktionen. Das Potential, um das es dabei geht, machte eine Überschlagsrechnung deutlich: In der Region gibt es rund 220 000 Ölheizungen und 1800 Heizungsbaubetriebe. Geht man davon aus, daß rund ein Drittel der Heizungsinstallateure im Geschäfts-



Berlins Obermeister Hubert Minter: „Bei allen Wandlungen auf dem Energiemarkt hat sich die Interessengemeinschaft von Heizölwirtschaft und SHK-Handwerk bewährt.“

feld Ölheizung tätig ist, resultiert daraus ein Auftragsvolumen von 300 Aufträgen pro Handwerker. Allein in Berlin würde sich eine durchgängige Modernisierung der veralteten Ölheizungen in ei-



In einer Podiumsdiskussion zogen Mitglieder der regionalen Marketinggemeinschaft Bilanz (v.r.): Hans-Günter Hagelgans, Peter Engelke, Horst Gohling, Alexander Dobriloff und Matthias Born

nem Umsatz von rund einer halben Million Euro zu Buche schlagen. Dafür – so die Teilnehmer der Diskussion – lohnen sich gemeinsame Anstrengungen zur Bindung und Gewinnung von Kunden. Zu den erfolgreichen Gemeinschaftsaktionen gehört unter anderem die Bildung von Marketinggemeinschaften. Die Berliner Gemeinschaft besteht aus 19 Heizungsbaubetrieben, 12 Mineralölhändlern und drei Tankserviceunternehmen. Mit 34 Mitgliedern steht sie in der Statistik gut da, hat aber bei insgesamt 50 bis 60 Mineralölhändlern und 300 Heizungsbaufirmen noch längst nicht ihre Möglichkeiten ausgeschöpft. Dennoch könne, wer auf lange Sicht plane, auf die Gemeinschaft bauen, war die einhellige Meinung.

Hans-Günter Hagelgans, stellvertretender Obermeister Berlins, verwies darauf, daß das Ta-

gesgeschäft zu wenig Zeit für Marktarbeit lasse. Unter diesem Aspekt zahle es sich aus, von Angeboten der Heizölwirtschaft Gebrauch zu machen und gemeinsam auf den Kunden zuzugehen. Der Energieträger Heizöl sei, nachdem er die Brenntechnik erobert habe, einen empfehlenswerten Alternative, für die neben dem Preisvorteil gegenüber dem Erdgas Unabhängigkeit, Komfort und Sicherheit sprechen. Allerdings sei die Zeit vorbei, in der der Kunde beim Handwerker an die Tür klopfte. Heute komme es darauf an, den Kunden zunächst von der eigenen Kompetenz zu überzeugen, um sein Vertrauen zu gewinnen und damit einer sachkundigen Beratung den Boden zu bereiten.

Ein Anruf reicht nicht

Deren Erfolg hänge nicht zuletzt, so Matthias Born, BP Direkt GmbH, davon ab, inwieweit der Berater auf qualifizierte Daten über den Kunden zurückgreifen könne. Auf diesem Gebiet gebe es sowohl im Handel als auch im Handwerk Defizite. Als erfolg-

versprechenden Weg, sie abzubauen, bezeichnete er den Call-Center-Service des IWO, dessen Aufgabe darin besteht, auf der Grundlage von Informationen der Mineralölhändler Heizölkunden mit veralteten Ölheizungen für eine Beratung durch die beteiligten Heizungsbaubetriebe und in der Konsequenz für die Modernisierung der Anlage zu gewinnen. Born bescheinigte dem Telefondienst Professionalität und Zielgenauigkeit. Er wurde in dieser Auffassung

von Brennstoff- und Heizölhändler Peter Engelke unterstützt, der feststellte, daß die Kunden auf Beratungsangebote im allgemeinen aufgeschlossen reagieren und überzeugenden Argumenten zugänglich sind. Auch wenn nicht jede Marketingaktivität sofort zum Erfolg führe, lasse sich feststellen, so Hans-Günter Hagelgans, daß ein Auftrag am ehesten von gut informierten Kunden zu erwarten sei. Resümierend wurde von den Teilnehmern eingeschätzt, daß die Zusammenarbeit in der Marketinggemeinschaft zusätzliche Marktchancen eröffne, die noch stiegen, wenn sich mehr Betriebe zur Teilnahme entschließen würden.

Im Anschluß an die Themen Kooperation, Kundenbindung und Qualitätsfragen wandte man sich anderen Fachthemen sowie der bereits traditionell in diesem Rahmen stattfindenden Fachbetriebsschulung zu.