

auch eine Reihe von Fortschritten zu loben. Ob die kompakte, wandhängende Bauart in Brennwerttechnik, ob neueste geruchshemmende Behälter bis hin zum „Tank im Schrank“ mit SmartHouse-Technologie: die Branche hat innovative Perspektiven zu bieten, die dem Betreiber alter Anlagen schmackhaft gemacht werden kann. Auch für die Neubauplanung weisen moderne Öl-Brennwertgeräte Anlagenkennzahlen auf, die den Anforderungen der EnEV gerecht werden – erst recht, wenn sie mit einer solaren Brauchwasser-Erwärmung kombiniert werden. Mittlerweile greifen die Hersteller auch hier den Systemgedanken verstärkt auf und bieten

komplette, auf einander abgestimmte Komfort-Anlagen.

### Kundenbindung hat Priorität

Seit Frühjahr 2003 läuft die Marketing-Kampagne „Deutschland macht den Heizungs-Check“ mit Anzeigen und einem Hinweis auf einen Call-Center, der auf Wunsch einen Beratungstermin mit einem Heizungsfachbetrieb vermittelt. In 70 % der Fälle stimmte der Betreiber diesem Angebot zu, so die Auswertung des Call-Centers. 350 000 Ölheizungskunden mit veralteten Anlagen habe man bisher in einer Datenbank gelistet, weitere 250 000 sollen in diesem Jahr gezielt an-



Heizölqualitäten, EnEV, Praxiserfahrungen, SmartHouse-Technologie und Preisgestaltung gehörten zu den Themen

gesprochen werden. Um die Modernisierung durch eine neue Ölheizung voranzutrei-

ben, setzt das IWO fünf Millionen Euro für Marketingmaßnahmen ein. TD

### Fachverband + Gienger Kooperation bei der Nachwuchswerbung

„Mächtig Eindruck“ hinterläßt der Skater, der seit Donnerstag, 15. Mai, auf der Ladebordwand der Transportfahrzeuge des Fachgroßhändlers für Haustechnik, der Kornwestheimer Gienger GmbH prangt. Die Kornwestheimer Firma unterstützt mit dieser Aktion den Fachverband bei der Suche nach qualifiziertem Nachwuchs. „Dynamik, Spaß und Freude an kniffligen Sprüngen – die Grundvoraussetzung eines guten Skaters – könnten durchaus auch als Beschreibung der SHK-Ausbildungsberufe dienen“, erläuterte Referatsleiter Günter Hanninger das Konzept beim offiziellen Starttermin der Kampagne auf dem Firmengelände in Kornwestheim. Dreißig Lkws von Gienger werben in den

kommenden Monaten für einen Ausbildungsberuf im SHK-Handwerk. Mit Motiven aus der Lebenswelt der Jugendlichen sollen die zukünftigen Lehrlinge dort „abgeholt werden“, wo sie zu Hause sind. „Neuen Schwung“ versprechen sich die Beteiligten von dieser Aktion. „Allein in Baden-Württemberg stehen 1000 freie Ausbildungsplätze in unserem Gewerk zur Verfügung“, so Hanninger. Die Handwerksbetriebe im Land bräuchten wahrhaftig nicht mit irgendwelchen Strafabgaben belegt zu werden. Seit Jahren seien sie sich ihrer Verantwortung auf diesem Sektor bewußt! Es fehle schlichtweg an geeigneten Bewerbern. Wer es drauf habe – wie der Slogan der Kampagne betont – der könne sofort mit einem festem Ausbildungsvertrag rechnen! Über die Hälfte aller Innungsbetriebe bilden aus – damit erfüllen die Firmen nicht nur ihre

## Baden-Württemberg



Nachhinswert: Dr. Walter Gienger (l.) und Günter Hanninger (r.) gaben unter der Headline „Ich hab's drauf“ den Startschuß für die Nachwuchswerbung via Großhandels-Lkw

gesellschaftliche Pflicht in einem überdurchschnittlichem Maße, sondern sie sorgen auch für die eigene Zukunft. „Facharbeiter werden in fünf Jahren rar sein“, kommentierte der Referatsleiter. „Engagierten Jugendlichen bieten sich in diesem Bereich sehr gute Karriere- und Verdienstmög-

lichkeiten.“ „Eine runde Sache“, charakterisiert auch Dr. Walter Gienger, Geschäftsführer der Kornwestheimer Firma, die Kampagne. Der Großhandel habe ein evidentestes Interesse an dem Erfolg der neuen Aktion – schließlich bauten die Lehrlinge von heute morgen ihre Produkte ein.