

Die richtige Mischung von Qualität, Design, Funktionalität und Preis – so definiert sich heute ein gutes Produkt. Auch im Herbst 2004 gab es einige interessante Neu- und Weiterentwicklungen

30



In wirtschaftlich schwierigen Zeiten muss auch der Heizungsfachhandwerksbetrieb seine Leistungen und Produkte überzeugend und wirkungsvoll präsentieren. Wir zeigen, wie dies zwei Betrieben erfolgreich gelungen ist

64



Marketing-Sonderteil
ab Seite 38

markt + trends

Die neuen (Frei-)Zeitmärkte:
Aktuelle Studie zu
einem Schlüsselmarkt 38

werben + beraten

Die Wohnung als Naherholungs-
gebiet: Wohlfühl- und Wellness-
beratung im Handwerk 40

Werbeerfolg mit Brötchentüte:
Marketingunterstützung
für Heizungsfachhandwerker 64

strategie + vision

Badsanierung aus einer Hand:
Gewerkeübergreifende
Kooperationen 44

führen + trainieren

Reklamationen als Verkaufschance nutzen: Kompetenter
Umgang mit Kunden 48

überzeugen + verkaufen

Verlorenes Terrain zurückgewinnen:
Exklusive Küchenarmaturen in
24 Stunden beim Handwerk 52

Vernachlässigte Umsatzträger:
Verkaufsargumente für
hochwertige (Bad-)Heizkörper 54

produkte + ideen 56

bücher + medien 60

Inhalt

Gentner Verlag Stuttgart
SBZ-Redaktion
Postfach 10 17 42
70015 Stuttgart
E-Mail sbz@sbz-online.de
Internet www.sbz-online.de

Abonnement/Vertriebsservice
Telefon (0 89) 8 58 53-5 51
Telefax (0 89) 8 58 53-6 25 51
E-Mail abo@gentnerverlag.de

Gebäudemanagement

VdS-Fachtagung: Verhütung von
Leitungswasserschäden 12

Verbände

› Zentralverband ◀
Meldungen 14

› Baden-Württemberg ◀
Energieausweise erstellen:
Umsetzung der EU-Richtlinie 16
100 Jahre Innung Stuttgart 17

› Bayern ◀
Mitgliederversammlung 18

Badtrends

Kama, Schock und Burg:
Drei Marken für einen Markt 20

Updates und Ergänzungen:
Innovationen fürs Bad 30

Spezial

Kreativ-Wettbewerb „Menschen im
Bad“: Top-20-Gewinner, Teil 5 24

Rubriken

Leserforum 4
Firmen + Fakten 6
Produkte 70
Cartoon/Impressum 74