

Landesweite Aktionstage am 2. und 3. April

Wohlfühlen in Baden-Württemberg



Mitte Januar informierte der Fachverband via Pressekonferenz im Stuttgarter Verbandshaus über eine landesweite Aktion, über die die SHK-Handwerke ihre Leistungspalette dem Kunden näher bringen können. Mit von der Partie sind auch der Großhandelsverband Südwest, die HAGOS sowie verschiedene Hersteller.



Tage des XYZ gibt es viele, warum noch einen Tag des SHK-Handwerks hinzufügen?" Mit dieser Frage eröffnete Manfred Stather, Vorsitzender des Fachverbandes Sa-

Bedarf aufgreifen

Die Zahlen sprechen eine deutliche Sprache: Zwei von drei Bädern sind renovierungs- oder modernisierungsbedürftig, die

da an. Als landesweite Veranstaltung in Kooperation mit Herstellern und Großhandel bietet sich den SHK-Fachbetrieben am 2. und 3. April die Chance, die Verbraucher auf ihr gesamtes Angebotsspektrum aufmerksam zu machen. „Aus der Not eine Tugend machen“, formulierte Stather das Ziel. Da keine großen Werbeetats wie in der Autoindustrie zur Verfügung ständen, müssten im Handwerksbereich viele kleine Teile ein großes Ganzes ergeben.

Bei der landesweiten Veranstaltung bietet sich den SHK-Fachbetrieben am 2. und 3. April die Chance, die Verbraucher auf ihr gesamtes Angebotsspektrum aufmerksam zu machen

vierlei Chancen, mehr Resonanz zu erzeugen“, erläuterte Rolf-Peter Kress, Referent für Betriebswirtschaft beim Fachverband, das Konzept. Natürlich seien der Fantasie in diesem Zusammenhang keine Grenzen gesetzt, doch als Anregungen schlägt der Fachverband folgende Kooperationen vor:

- Ausstellungen und Veranstaltungen mit den regionalen Großhändlern
- Zusammenarbeit mit dem zuständigen Landrats- oder Bürgermeisteramt (evtl. im Rahmen der Agenda 2010, Energiespartage, Solaraktionen)
- Ausstellungen und Wettbewerbe mit den örtlichen Kreis-

Aktions-Vorschläge des Fachverbands

Im Dezember-Rundschreiben schlug der Fachverband seinen Mitgliedsbetrieben und Innungen verschiedene Aktivitäten vor. „Die Zusammenarbeit mit Kooperationspartnern bietet



Fachverbandsvorsitzender Manfred Stather und Helmut Ernst, Sprecher des Großhandelsverbandes Südwest, präsentierten die Aktion, die die Endverbraucher landesweit ansprechen soll

nitär-Heizung-Klima, die Pressekonzferenz zum Aktionstag „Wohlfühlen in Baden-Württemberg“. Mit der vom Fachverband zum 2. und 3. April 2005 landesweit organisierten Veranstaltung soll Aufmerksamkeit erzeugt, Markt geschaffen und das Image des Handwerksbereichs Sanitär-Heizung-Klima gehoben werden.

Nutzung regenerativer Energien wird von vielen Verbrauchern angestrebt und die Reduzierung der Brennstoffkosten durch eine Modernisierung der Heizanlage ist ein Argument, mit dem sich wuchern lässt. Nur – den SHK-Handwerksbetrieben fehlt häufig die Plattform, Kunden zu werben! „Wohlfühlen in Baden-Württemberg“ setzt genau



Alles, was gut tut: Im Gegensatz zur VDS-Aktion ist in Baden-Württemberg auch die Heizungsschiene beim „Wohlfühlen“ eingebunden

Grundpaket zu 65.-* Euro für SHK-Mitgliedsbetriebe

Grundpaket:	Anz. je Grundpaket
• Artikel	250
• Aktionsflyer	3
• Plakat A3	1
• Anzeigenvorlage	3
• Give-away	1
• Flyer Sanitär	1
• Flyer Heizung	1
• Luftballons	50

Mit dem Erwerb des Grundpakets ist die Führung des Logos und der Eintrag in die Internetdatenbank verbunden.

* = voraussichtlicher Preis inkl. MwSt. und Porto

Alle Werbemittel können entweder zum Paketpreis oder einzeln über den Fachverband bezogen werden

sparkassen oder Volksbanken (Hinweise auf Förderungen und Zuschüsse, Beratertage) – Wettbewerbe mit Versicherungen und Krankenkassen (Entspannung und Wellness als Gesundheitsvorsorge)

„Eine Schirmherrschaft durch den Landrat oder Bürgermeister findet in der Presse mehr Gehör, als ein Tag der offenen Tür beim SHK-Fachbetrieb“, bilanzierte Kress. Die Schirmherrschaft übernimmt Ministerin Tanja Gönner. Die Sozialministerin Baden-Württembergs befürwortete die Aktion, da häusliche Entspannung einen hervorragenden Beitrag zur Gesundheitsvorsorge darstelle. Bei Veranstaltungen, die längerfristig angelegt werden – z. B. Fotoausstellungen, Gesundheitsberatungen, Vortagsreihen etc. sollte ein „Highlight“ am 2. und/oder 3. April terminiert werden. Ein Pressegespräch mit den örtlichen Medien im Vorfeld der Aktion schaffe Vertrauen und erhöhe die Resonanz beim Verbraucher. „Bestimmte Veranstaltungen können auch direkt von der Presse begleitet werden“, schlug Kress vor. „Falls zusammen mit Herstellern eine Modernisierungsaktion von Heizanlagen geplant werde, könnte ein Austausch exemplarisch vorgestellt werden.“

Werbematerialien des Fachverbandes

„Wohlfühlen in Baden-Württemberg“ soll zeigen, dass die eigenen vier Wände zur Entspannungs-Oase ausgebaut werden können. Die Plakate und Werbematerialien stehen in diesem Kontext. Neben Veranstaltungsplakaten, Anzeigenvorlagen, Briefaufklebern, hochwertigen Give-aways und Aktions-Flyern sind in Zusammenarbeit mit den Herstellern eigene „Angebots-Prospekte“ erstellt worden. Duravit, Duscholux und Zehnder bieten zum Beispiel in einem separaten Sanitär-Flyer ausgesuchte Badmöbel zu Festpreisen. Eigene Broschüren der Kachelofenbauer und Heizungsfachbetriebe ergänzen das Werbespektrum. Alle Werbemittel können über den Fachverband, der die Materialien entweder zum Paketpreis oder einzeln anbietet, bezogen werden. Der Bestellschein ist beim Fachverband anzufordern oder unter www.wohlfuehlen-bw.de runterzuladen. Pressemitteilungen, Ankündigungen und -einladungen, Briefe an Kooperationspartner, Listen der beteiligten Partner und vieles mehr finden sich ebenfalls im Internet. Der für Verbraucher offene Bereich weist speziell auf größere Veranstaltungen hin, erläutert die

Intention der Aktion, den Wettbewerb sowie die Highlights.

Foto-Wettbewerb inklusive

„Die Aktion steht für Nachhaltigkeit“, resümierte Manfred Stather bei der Pressekonferenz. Zielgerichtete Investitionen, die die Atmosphäre in den eigenen vier Wänden steigern, seien von Natur aus langfristig angelegt. Der Fachverband habe aus diesem Grund einen „Nachher-Fotowettbewerb“ ausgeschrieben. „Veränderungen im Eigenheim, die das Wohlfühlklima steigerten, Badsanierungen, Kessel-Austauschaktionen – alles Arbeiten, die es lohnen auf ein Foto gebannt zu werden“, formulierte Stather. Als kleinen Anreiz verlost der Fachverband 33 „Sitz-Lümmel“ an die Best-Practice-Beispiele. Fotos können ab Mitte März beim Fachverband und den Innungen eingesendet werden. Die Verlosung findet im Herbst dieses Jahres statt. „Für die ausführenden Fachbetriebe ist dies

eine ideale Möglichkeit der Kundenbetreuung“, so Kress. Eine Auszeichnung erhöhe nicht nur das Image des Betriebes, sondern vermittele dem Eigentümer auch ein gutes Gefühl.

Parallelitäten zur VDS-Aktion

„Neue Bäder erleben“, die Aktion der Vereinigung der Sanitärwirtschaft (siehe SBZ 3/05), wird in Baden-Württemberg in „Wohlfühlen“ integriert. Der Vorsitzende des Fachverbandes begründete die geänderte Aktion in Baden-Württemberg auf der Pressekonferenz. „Wir beziehen alle von uns vertretenen Gewerke mit ein und komme so nicht nur einer langjährigen Forderung der Fachleute entgegen.“ Modernisierungen ohne die Einbeziehung der Heizungsfachleute seien vielfach undenkbar. „Zum Wohlfühlen gehört ein gesundes Raumklima und eine gemütliche Wärme“, erklärte Stather. In diesem Sinne greife die Veranstaltung der VDS für den Fachverband zu

Hersteller wie Duscholux, Duravit und Zehnder engagieren sich im Rahmen der Aktion

› Titisee ‹

Neunter Klempner-treff im Ländle

Der diesjährige baden-württembergische Klempnertreff findet am Donnerstag den 24. Februar 2005 und am Freitag den 25. Februar 2005 in Titisee-Neustadt statt. Neben den Anforderungen für ein- und zweischalige Dächer geht es um die Frage, wie kommt der

Klempnerbetrieb zu seinem Geld? Weiterhin werden die Konsequenzen der Verwandtschaftserklärung Klempner – Dachdecker angesprochen. Folgende Programmpunkte sind vorgesehen:

- Ihr Kunde zahlt nicht – Mahnaktivitäten verbessern; Rolf Leicher, Kommunikationstrainer
- Verwandtschaftserklärung Klempner – Dachdecker und die Konsequenzen für das

Klempnerhandwerk; Dietmar Zahn, FVSHK

- Dachdeckung mit Dachsteinen, Dachziegeln und Dachsystemteilern; Raimund Walter, Lafarge Dachsysteme
- Unterspannbahnen, Aufbau und Einsatzbereiche; Martin Peifer, Du Pont Luxembourg
- Das einschalige Dach; Hansgeorg Schmidt und Joachim Weigold, Endele Dämmstoffe und Technik
- Konstruktionspunkte beim

einschaligen bzw. zweischaligen Dach; Prof. Wolf-Hagen Pohl, Uni Hannover

- Bauverträge nach VOB 2002 und BGB 2002, Vertragsabschluss, allgemeine Geschäftsbedingungen, Mängelhaftung, Verjährung; Matthias Bergmann, FVSHK

Anmeldungen bitte an den Fachverband Sanitär-Heizung-Klima Baden-Württemberg.

kurz. „Die Planungen für die Wohlfühl-Aktion begannen bereits im Februar 2004. Leider sind die Konzeptionen und die Terminierungen der VDS erst nach den Sommerferien bekannt geworden“, so Stather zum Planungsvorgang. Zwei

SHK-Großaktionen in der ersten Jahreshälfte wären organisatorisch in Baden-Württemberg nicht möglich gewesen. Aus diesem Grund habe der Fachverband aus der Not eine Tugend gemacht. „Wir integrieren ‚Neue Bäder erleben!‘ und wei-

ten die Aktion thematisch und terminlich aus.“

Auch bei der Wahl der Kooperationspartner für „Wohlfühlen in Baden-Württemberg“ zeigt sich die geänderte Schwerpunktsetzung. Neben dem Fachverband der Sanitärgröß-

händler Südwest, sind die Genossenschaft des Ofenbauerhandwerks (HAGOS) und diverse Hersteller sowohl aus dem Sanitär- als auch aus dem Heizungsbereich – Partner des Fachverbandes beim ersten landesweiten Aktionstag. *