

# Umsatz mit Öl-Brennwerttechnik Heizungs-sanierer aktiv ansprechen

Bundesweit haben sich Marktpartner aus Heizungshandwerk und Mineralölhandel in rund 200 regionalen Marketinggemeinschaften zusammengeschlossen um gemeinsam Markt zu machen. Die folgenden drei erfolgreichen Praxisbeispiele zeigen, wie es geht.

Details zur großen Kesseltauschaktion auf der Website des Radiosenders RPR

Die gemeinschaftliche Vermarktung von Ölheizungsanlagen bietet sich geradezu an. Denn in einem Verbund ergeben sich Marketingmöglichkeiten, die ein einzelnes Handwerksunternehmen, schon allein wegen des umfangreichen organisatorischen Aufwandes kaum meistern kann. Die Mitgliedsbetriebe einer Marketinggemeinschaft hingegen nutzen Know-how und Service des Instituts für wirtschaftliche Ölheizung (IWO). Zudem werden viele Aktionen von IWO auch finanziell unterstützt. Hilfe vor Ort leisten die regionalen Berater, auch bei der Koordination übergreifender, gemeinsamer Aktionen mehrerer benachbarter Marketinggemeinschaften. Drei Beispiele für eine aufmerksamkeitsstarke und erfolgreiche Zusammenarbeit von SHK-Handwerk, Mineralölhandel und IWO verdeutlichen, welche Kräfte durch gemeinsames Handeln freigesetzt werden können. In allen drei Fällen wurden zusätzliche Umsätze in erheblichem Umfang generiert und auf die teilnehmenden Fachbetriebe gelenkt.

## Beispiel 1

### Kesseltausch-Aktion mit Hörfunksender

Auf höchstes Publikumsinteresse stieß eine Ölkesseltausch-Aktion mit einem

privaten Hörfunksender in Rheinland-Pfalz, Südhessen und im Saarland, an der sich insgesamt 20 Marketinggemeinschaften beteiligten. Als Sponsoren hatte das IWO acht Heizgerätehersteller gewonnen. Zehn Heizungsbauunternehmen sorgten für die Installation der neuen Ölgeräte. Unter dem eingängigen Motto „Schluss mit teuer heizen!“ brachten die Marktpartner vier Wochen lang moderne Öl-Brennwerttechnik in regelmäßiger Live-Berichterstattung, Fach-Interviews und Werbetrailern auf Sendung. Zudem war während der gesamten Aktionsdauer das Thema Heizungssanierung auf den Internetseiten des Radiosenders präsent. Und mit ihm auch alle Heizungsbaubetriebe und Hersteller, die an dieser Aktion beteiligt waren. Für Spannung sorgte ein Gewinnspiel, bei dem insgesamt zehn Öl-Brennwertgeräte einschließlich Installation verlost wurden.

**Internet, Print und Radio vernetzt**  
Durch die geschickte Vernetzung der einzelnen Medien Internet, Print und Rundfunk multiplizierten sich Aufmerksamkeitswert und Werbewirkung. Um die Werbeerinnerung entsprechend zu erhöhen, waren von Anfang an sämtliche Inhalte und Gestaltungselemente in den verschiedenen Medien exakt aufeinander abgestimmt. Das

schlug sich auch positiv in der Kostenbilanz nieder: Der Mediawert übertraf dank dieser Medienverknüpfung das aufgewendete Gesamtbudget um ein Mehrfaches. Das Ergebnis spricht für sich: Sämtliche Redaktionsbeiträge und Werbespots zusammenaddiert, ergeben eine Gesamtsendezeit von zwei Stunden zur besten Sendezeit zwischen 6.10 Uhr und 18.45 Uhr. Zusätzlich wurden die jeweiligen Tagesgewinner in den RPR1-Nachrichten zu jeder vollen Stunde namentlich genannt. So wurden täglich rund eine Million RPR1-Hörer erreicht. Zehntausende klickten



RPR1-Außenreporter Andreas Neubrech informierte fünfmal am Tag über den Fortgang der Sanierungsarbeiten

die Internetseite an, rund 750000 Leser erreichte die Berichterstattung in den örtlichen Zeitungen. Denn die örtliche Presse berichtete regelmäßig in Wort und Bild über die Gewinner in ihrem Verbreitungsgebiet.

Die Teilnehmer am Gewinnspiel mussten ein Foto ihrer alten Ölheizung via E-Mail oder per Post einsenden. Das Echo übertraf die Erwartungen: mehr als 1200 Besitzer veralteter Ölkessel forderten das Glück heraus. Mitunter leisteten Töchter und Söhne wertvolle Hilfe bei der Anfertigung eines Digital-Fotos und der anschließenden elektronischen Übermittlung, so berichteten Gewinner im Radio. Da war in vielen Familien Energiesparen und sparsame Öl-Brennwerttechnik das beherrschende Tagesthema.

Der Ablauf der Aktion war detailliert vorbereitet und abgestimmt. In den ersten beiden Aktionswochen wurden die RPR1-Hörer zunächst auf das hohe Energiesparpotenzial von Öl-Brennwertanlagen aufmerksam gemacht und Altanlagenbesitzer für eine Heizungsanierung sensibilisiert, sowohl in moderierten Beiträgen als auch in Werbetaillern. Details zum Gewinnspiel fanden sich zudem auf den Internetseiten von RPR1, der Mineralölhandel informierte unterdessen per Brief seine Kunden. Zeitgleich machten in den Regionalzeitungen Anzeigen auf die Kesseltausch-Aktion aufmerksam.

Nach dieser Vorlaufzeit begannen mit der dritten Aktionswoche die täglichen Live-Berichterstattungen von den einzelnen Orten einer Heizungsmodernisierung. RPR1-Außenreporter Andreas Neubrech informierte fünfmal am Tag über den Fortgang der Sanierungsarbei-



Heizung im Fokus: Auch die Lokalzeitungen berichteten über ihre Gewinner

ten, interviewte die Gewinner und den jeweiligen Heizungsbauer. Zwischendurch ergänzten Werbespots die redaktionelle Berichterstattung. Und immer wieder wurden dabei der Nutzeffekt einer Sanierung veralteter Heizanlagen sowie der Energiespareffekt von Öl-Brennwertanlagen herausgestellt.

#### 1200 Sanierungsanlagen aufgespürt

Bei einer solch intensiven Information über die Vorteile einer Heizungsanierung dürften die Altanlagenbesitzer, denen Fortuna bei der Verlosung nicht hold war, bestens vorbereitet sein für ein Gespräch mit einem Experten vom Heizungsfachhandwerk. Denn alle Interessenten können nun von den beteiligten Heizungsfachbetrieben gezielt beraten werden. Diese Option war im Zuge der Teilnahmebedingungen für das Gewinnspiel ausdrücklich vereinbart worden. Den Fachbetrieben der beteiligten Marketinggemeinschaften eröffnen sich also beste Chancen, in den nächsten Monaten unter diesen mehr als 1200 Altanlagenbesitzern einen Auftrag zu akquirieren.

Ihren Ursprung hatte die Gemeinschaftsaktion in der seit fünf Jahren bestehenden Zusammenarbeit zwischen RPR1 und den Marketinggemeinschaften im Sendegebiet, die in der Vergangenheit mehrfach IWO-Funkspots geschaltet hatten. Daraus resultierte die Anregung, einmal eine gemeinsame Aktion mit redaktioneller Beteiligung durchzuführen. Die ursprüngliche Idee, einen auf einem Pick-Up installierten Ölheizkessel als Blickfang für ein Gewinnspiel durch das Sendegebiet fahren zu lassen, wurde in gemeinsamen Gesprächen mit den Radioverantwortlichen zu der nun realisierten Kesseltausch-Aktion weiterentwickelt.

Aufgrund der ausgesprochen guten Resonanz bei den Hörern haben Radiosender und die beteiligten Marketinggemeinschaften schon jetzt vereinbart, im nächsten Jahr erneut eine ähnliche Aktion zu starten.

### Radio-Aktion

- ▶ Tägliche Live-Reportagen, Fachinterviews und Werbetaillern erreichten ein Millionenpublikum.
- ▶ Die Verlosung von zehn Öl-Brennwertkesseln sorgte für Spannung.
- ▶ 1200 Interessenten können jetzt vom Fachhandwerk individuell beraten werden.
- ▶ Acht Heizgerätehersteller und zehn Heizungsbauunternehmen sponserten die Kesseltausch-Aktion.

#### Beispiel 2

### Verbraucherabende mit Fachhandwerkern

Wesentlich geringerer Aufwand, aber ebenfalls große Wirkung – so lässt sich eine andere Aktion regionaler Marktpartner von Handwerk und Mineralölhandel überschreiben. Die „Fachgemeinschaft Ölwärme und Service Biberach/Ehingen/Laupheim/Riedlingen“ lud gemeinsam mit der Biberacher Kreissparkasse und der Energieagentur Biberach die Besitzer veralteter Heizanlagen zum „Biberacher Modernisierungsabend“ in die Räume der Kreissparkasse ein. Eingeladen wurde schwerpunktmäßig in persönlichen Anschreiben. Die Ankündigung in der Presse erfolgte mit einer Sonderseite. Als Anreiz diente die Verlosung von drei mal 333 l Heizöl. Insgesamt reagierten mehr als 120 Modernisierungsinteressenten. Die Kunden erwartete neben einem Imbiss ein geballtes Informationsprogramm zu energetischen Sanierungen, insbesondere zum Ersatz alter Heizanlagen durch ein Öl-Brennwertgerät, und zu entsprechenden Finanzierungsmöglichkeiten.

So verdeutlichte die Gebäudeenergieberaterin der örtlichen Energieagentur anhand des künftigen Energiepasses den Nutzen energiesparender Maßnahmen nicht nur im Hinblick auf eine langfristig niedrigere Brennstoffkos-



Bei regelmäßig stattfindenden Marktpartnertreffen werden Anregungen und Kritik zu bereits durchgeführten Aktionen aufgenommen und fließen dann in neue Projekte ein

### Modernisierer-Abend

- Sparkasse und Energieagentur waren Partner beim Info-Abend im Bankgebäude.
- Mehr als 120 Gäste holten sich Experten-Tipps zur energetischen Sanierung.
- Einführung des Energiepasses ist ein weiteres Argument für die Heizungserneuerung.
- Heizungshandwerk knüpfte persönlichen Erstkontakt zu Modernisierungsinteressenten.

tenrechnung, sondern auch im Interesse des Werterhalts einer Immobilie. Der Regionalberater des IWO und der Technik-Experte eines Heizgeräteherstellers informierten über das Einsparpotenzial und die technische Wirkungsweise von Öl-Brennwertanlagen. Der beteiligte Heizungsbauer hatte für ein entsprechendes Geräteexponat gesorgt. Und ein Berater der Kreissparkasse erläuterte die staatlichen Fördermöglichkeiten einer energetischen Gebäude- und Heizungssanierung. Die Gäste hatten noch am selben Abend die Gelegenheit, persönlichen Kontakt zu einem Heizungsbauer ihrer Wahl aufzunehmen und sich von ihm über die konkreten Möglichkeiten der Energieeinsparung beraten zu lassen. Ein Angebot, das sehr viele Altanlagenbesitzer nutzten – und womöglich in nächster Zeit in einen Auftrag zur Installation eines neuen Öl-Brennwertkessels umsetzen. Unabhängig ob Ge-

winner bei der Verlosung oder nicht, erhielten alle Gäste im Nachgang ein Anschreiben, wo sie noch einmal explizit auf die Modernisierungsmöglichkeiten hingewiesen wurden. Ziel der Nachfassaktion war es, sie doch noch als Kunden zu gewinnen.

### Beispiel 3 400 Euro Prämie für Modernisierer

Die Forcierung und der Sanierung von Altanlagen mittels Öl-Brennwerttechnik stand auch bei der „Servicegemeinschaft Ölheizung Dieburg Odenwald“ im Focus. Im Rahmen eines eigenen regionalen Förderprogramms vergaben die lokalen Marktpartner finanzielle Anreize für Investitionen in energiesparende Heiztechnik. Die Zuschüsse sind nach dem Prinzip gestaffelt, je umfangreicher das Auftragsvolumen, umso mehr Prämien werden gewährt. Maximal kann ein Heizungsmodernisierer 400 Euro kassieren – zusätzlich zu möglichen staatlichen Hilfen, etwa zum Direktzuschuss beim Einbau einer solarthermischen Anlage. Hohen Werbewert, eine Steigerung des Bekanntheitsgrades und vor allem eine Belebung des Modernisierungsgeschäfts versprechen sich die Mitgliedsbetriebe der Servicegemeinschaft durch ihre Prämien-Aktion.

- Für eine Modernisierung mit Öl-Brennwerttechnik oder bei der Erstinstallation eines Öl-Brennwertgeräts im Neubau gewähren sie 100 Euro Prämie.

- Die erstmalige Befüllung des Tanks mit „Heizöl EL schwefelarm“ wird mit ebenfalls 100 Euro honoriert.
- Ein Modernisierer, der mindestens 1000 Euro zur Werterhaltung seiner Tankanlage investiert, kann mit weiteren 100 Euro Prämie rechnen.
- Und nochmals 100 Euro gibt es schließlich für die Installation einer Solarthermieanlage in der Kombination mit einem neuen Öl-Brennwertkessel.

### Prämien-Aktion

- Marketinggemeinschaft belohnt Anschaffung von Öl-Brennwerttechnik.
- Wer HEL schwefelarm tankt, kassiert 100 Euro Prämie.
- Auch Tanksanierung wird bezuschusst.
- Prämien-Aktion steigert zugleich Image der Mitgliedsbetriebe.

Bei der Kommunikation ihres aktuellen Förderprogramms wird stets herausgestellt, dass diese Zuschussmittel nur fließen, wenn die Arbeiten von einem Mitgliedsbetrieb der Servicegemeinschaft ausgeführt werden. Die Abrechnungsmodalitäten sind ganz einfach: Der prämiensberechtigter Modernisierer erhält einen Scheck, zu dessen Übergabe die lokale Presse eingeladen wird. Finanziert wird die Aktion aus dem Fördertopf der Servicegemeinschaft. Der Einbau einer Öl-Brennwertheizung durch ein Heizungsbauunternehmen der Servicegemeinschaft wird dem Handwerker von IWO mit 75 € honoriert.

Soweit nur einige Beispiele gelungener Marketingaktivitäten. Wer Interesse an derartigen Aktionen hat oder auch andere Ideen einbringen möchte, sollte sich mit dem IWO und Telefon (0 40) 23 51 13-75 in Verbindung setzen.

**Modernisierer haben Schwein.**

Wer als Hausbesitzer Kosten senken will, handelt – und lässt sich unverbindlich und kompetent über Möglichkeiten zum Energiesparen informieren! Auf unserem Modernisierungsabend beraten unsere Finanzfachleute und Energieexperten Sie über die Energiesparverordnung, die Modernisierung Ihrer Heizung, günstige Finanzierungsmodelle und vieles mehr. So sind Sie schon bald in der glücklichen Lage, mit System zu sparen.

**Großer Info-Abend für Hausmodernisierer!**  
Mit dem Spezialthema »Energiesparen mit moderner Ölheizungstechnik«  
Mittwoch, 11. Mai 2005 in den Räumen der Kreissparkasse Biberach. Wir freuen uns auf Ihren Besuch und bitten um telef. Anmeldung

**Wir freuen uns auf Ihren Besuch: Fachgemeinschaft Ölwärme & Service Biberach/Ehingen/Laupheim/Riedlingen**  
in Zusammenarbeit mit IWO, Institut für wirtschaftliche Ölheizung e.V.

**BC** **IWO** **DIE ÖLHEIZUNG**  
Institut für wirtschaftliche Ölheizung e.V. Partner in Sachen Ölheizung

Aufmerksamkeitsstarke Anzeigen machten auf den Modernisiererabend in der Kreissparkasse Biberach aufmerksam.



Unter Autor Adrian Willig (39) ist beim Institut für wirtschaftliche Ölheizung e. V. für Marketing und Betreuung der Marktpartner verantwortlich, Telefon: (0 40) 23 51 13-27, E-Mail: willig@iwo.de, Internet: www.iwo.de