

Damit aus Leistung mehr Erfolg wird!



So lautete der Werbeslogan einer bekannten deutschen Großbank: „Es ist schön, wenn aus Leistung Erfolg wird“. Dies gilt auch und ganz besonders für die Aktionstage „Neue Bäder erleben“, die Anfang Mai bundesweit stattfanden. Aus Sicht der Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft e.V. (VDS), dem Branchendachverband von Industrie, Handel und Handwerk, war die Fortsetzung des im letzten Jahr erstmals realisierten Konzepts ein Teilerfolg. Trotz zunächst zögerlicher Anmeldungen nahmen am Ende doch wieder über 700 Ausstellungen von Großhandel und Handwerk an den Aktionstagen teil. Bei einem begrenzten Budget von nur rund 120000 Euro für die bundesweiten PR-Aktionen und die Produktion der Aktionsmittel kam es jedoch entscheidend auf das Engagement vor Ort an.

Gerade die teilnehmenden Bad-Studios des Handwerks zeigten sich besonders innovativ in der Publikumsansprache. Die zusätzlichen Aktivitäten der Betriebe reichten von eigenen Komplettbad-Verlosungen für den guten Zweck über Malwettbewerbe und Tombolas bis hin zu gemeinsamen Aktionen mit anderen Gewerken und Dienstleistern rund um die gesamte Haustechnik. Der verdiente Erfolg für die, die Einsatz zeigten: Besucherandrang trotz des guten Wetters, umfassende Veröffentlichungen im Vor- und Nachfeld der Aktionen in der Lokalpresse und am wichtigsten – nicht nur erste Kontakte, sondern auch direkt konkrete Aufträge.

Dennoch: Ein großer Wunsch bleibt auf der Agenda, nämlich eine stärkere Beteiligung des Handwerks. Das gilt sowohl für die Handwerker, die in den Ausstellungen des Großhandels ihre Beratungskompetenz beweisen, als auch für Betriebe mit eigenen Ausstellungen. Lediglich 87 Handwerksbetriebe mit eigener Ausstellung oder Badstudio haben sich mit ihrer Ausstellung an dem bundesweiten Bädertag beteiligt. Dies, obwohl mit der gesonderten Internet-Listung der Badstudios die oft geforderte Differenzierung bei solchen Aktionen gewährleistet war. Und auch die Beteiligung der Handwerksbetriebe ohne eigene Verkaufsflächen, die in den Ausstellungen des Großhandels ihre Beratungskompetenz beweisen konnten, ließ zu wünschen übrig. Dabei wurde erst kürzlich, auch in der SBZ, in einem offenen Brief eine verstärkte Marketingunterstützung der einzelhandelsaktiven Betriebe angemahnt. Obwohl die Aktionstage eine ausgezeichnete Chance boten, die Aufmerksamkeit des Publikums auf das Profi-Bad aus einer Hand zu lenken, war die Beteiligung des Handwerks eigentlich viel zu schwach.

Soweit jedoch ein Feedback der teilnehmenden Badstudios vorlag, zogen die Betriebe überwiegend positive Zwischenbilanz. Die beruhte auf der Kombination des sorgfältig vorbereiteten Branchenkonzpts und des individuellen Engagements

der mitmachenden Handwerksbetriebe. Wie das im Einzelfall aussah, wird in der SBZ 17/06 im Rahmen des Sonderteils „bav, beraten ausstellen verkaufen“ noch ausführlich zu lesen sein!

Erstes vorläufiges Gesamtfazit: Das Aktionstaggpaket der VDS ist ein Angebot, das man annehmen und mit Leben erfüllen muss. Wenn das geschieht, lohnt es sich ohne Wenn und Aber, beim Verbraucher vor Ort mobil zu machen. Deshalb sind alle Betriebe bereits jetzt aufgerufen, sich an den nächsten Aktionstagen in 2007 aktiv zu beteiligen. Damit aus Leistung dann auch (mehr) Erfolg wird!

RA Jens J. Wischmann
Geschäftsführer der Vereinigung
Deutsche Sanitärwirtschaft e. V.

Übrigens: Um das Konzept besser auf Ihre Bedürfnisse abzustimmen, ruft die VDS zum Dialog auf. Schreiben Sie Ihre Anregungen an die Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft e.V., Stichwort „Aktionstage“, Rheinweg 24, 53113 Bonn, Fax 02 28/92 39 99 33 oder per E-Mail an info@sanitaerwirtschaft.de