

Ansprechende Badlandschaften oder angenehme Wärme tragen zu einem Wohlfühlambiente bei. Wie dies konkret aussehen kann und welche Leistungen dazu das SHK-Fachhandwerk anbietet, zeigt der zweite landesweite Aktionstag „Wohlfühlen in Baden-Württemberg“ des SHK-Fachverbandes vom 22. bis 24. September 2006.

Drei Themen prägten die vergangenen Monate: Die Konjunktur zieht wieder an, der Verbraucher investiert wieder. Regenerative Energien, als Möglichkeit die Energiekosten zu senken. Klimaanlage in Geschäfts- und Privaträumen sind nach dem heißen Sommer gefragt. Die Zeichen für die SHK-Branche stehen so günstig wie seit Jahren nicht mehr. Allerdings fühlen sich viele Verbraucher angesichts der Fülle von Möglichkeiten bei der Auswahl allein gelassen. Auch ist das Leistungsspektrum der SHK-Fachhandwerker z. T. zu wenig



SHK-Aktionstage vom 22. bis 24. September

Das Ländle im „Wohlfühl-Traum“

bekannt. Deshalb haben Hausbesitzer Renovierungen oft lieber auf die lange Bank geschoben. Die landesweite Aktion „Wohlfühlen in Baden-Württemberg“ will hier Abhilfe schaffen.

Konzeption

Die Branche zieht bei „Wohlfühlen“ an einem Strang!“ so der Hauptgeschäftsführer Dr. Hans B. Klein. Vom Fachhandwerk über die Berufsorganisation und dem Großhandel bis zu den Herstellern setzen sich vom 22. bis 24. September 2006 alle für die bestmögliche Beratung der Verbraucher ein. Das Ziel: Landesweit stehen die Türen von Großhändlern und Betrieben offen; Aktionen und Events informieren unterhaltsam über die Leistungspalette der Branche. Zudem sollen detaillierte Informationen und

Beratungen dem Kunden bei seiner Entscheidung helfen. Dabei steht der Slogan der Aktion „Wohlfühlen in Baden-Württemberg“ immer im Vordergrund. „Der Kunde wird an die Hand genommen! Auf unterhaltsame Weise kann er anstehende Fragen lösen, Planungen konkretisieren oder sich einfach nur informieren“, so Dr. Klein.

Programmeinblicke

Die im vergangenen Jahr erfolgreich erprobte Aktions-Veranstaltung „Die lange Nacht der Bäder“ wird in 2006 an mehreren Orten angeboten. In ungewöhnlicher Atmosphäre stellen z. B. die Freiburger oder Pforzheimer Innung Badlandschaften zum Wohlfühlen und Entspannen vor und treffen damit den Nerv vieler Verbraucher. Denn immerhin 40 % aller Bundesbürger träumt von einer anderen



Plakate und Anzeigen kündigen die einzelnen Veranstaltungen an. Werbematerialien wie der Schwimring, gehören zum Aktionsmaterial

Badlandschaft und mehr Komfort in den eigenen vier Wänden. Freiburg setzt nach dem Show-Effekt am Freitagabend an den beiden Folgetagen auf Informationen, die auch die Themen Energiesparen und Fördermöglichkeiten einschließen. In Kooperation mit dem Versorger Badenova, der Volksbank und dem Großhandel kann die Innung eine Rundum-Beratung anbieten. An diesen beiden Tagen steht die praktische Umsetzung von „Wohlfühlen in den eigenen vier Wänden“ im Vordergrund. Im Blickpunkt steht der Verbraucher und seine Fragen. Organisiert sind sie vielfach als Familienfeste mit Bewirtung und Kinderbetreuung. Auf die Zusammenarbeit mit den Stadtwerken setzt die Innung Calw. Das Thema Energiesparen wird in zahlreichen Aktionen aufgegriffen. Dazu gehören u. a. Vorträge und Beratungen im Pforzheimer



Energieberatungszentrum und eine Telefonaktion der Biberacher Innung.

Kooperationen

Unterstützt werden die Aktivitäten der SHK-Fachbetriebe und Innungen durch den Großhandel. So nehmen alle Filialen der Pfeiffer & May-Gruppe mit ver-

Beratung steht bei den Wohlfühltagen im Vordergrund, wie z. B. im Energieberatungszentrum Pforzheim

schiedenen Aktionen teil. Herrlinger, Innung Göppingen, hat seine Eröffnungsparty extra aufs Aktionswochenende verlegt. Nachdem im vergangenen Jahr die Sanitärhersteller einen eigener Angebotsflyer verantwortet haben, engagieren sich dieses Mal einige Heizungshersteller vor allem in der Öffentlichkeitsarbeit, in der Beratung und bei

der Unterstützung der Betriebe mit Ausstellungsstücken.

Öffentlichkeitsarbeit

Nach dem Motto „Tue Gutes und rede darüber“ wird das Aktionswochenende durch zahlreiche Presseinformationen, Hörfunkspots und Presseeinladungen angekündigt und begleitet. Vielfach setzen die Innungen auf ein Zusammenspiel zwischen Anzeigenseiten, Telefonaktionen und Berichterstattung über die Veranstaltungen, während der Fachverband für die Dachinformationen, Pressekonferenzen und Presseinfos verantwortlich zeichnet. Erstmals wird in der Woche vor dem 22. September die Aktion landesweit über den Hörfunk angekündigt. Eine Übersicht über alle Veranstaltungen bietet eine Liste unter www.wohlfuehlen-bw.de