



Zahlreiche Initiativen verfolgen das Ziel, das SHK-Handwerk gegenüber dem Endverbraucher als den kompetenten Ansprechpartner für Bad und Heizung zu profilieren. Wie man auch mit finanziell relativ bescheidenen Mitteln Erfolge erzielen kann, zeigen die Aktivitäten einer Arbeitsgemeinschaft von sechs SHK-Handwerksbetrieben.

60 000 in einer Woche mit Bad und Heizung konfrontiert

Einkaufszentrum als Ausstellungsforum genutzt

Das Problem fast aller Bad-Ausstellungen ist die mangelnde Besucherfrequenz. Während bei Obi und Co. täglich unzählige Endverbraucher, quasi im Vorbeigehen, mit Sanitär- und Heizungsprodukten konfrontiert werden, weisen die Ausstellungen von Großhandel und Handwerk nur einen Bruchteil der Besucherströme auf. Zwar sind Kunden, die den Weg in die traditionelle Sanitärausstellung finden, nicht mit der Laufkundschaft der Baumärkte vergleichbar. Trotzdem bleibt bei der hohen Besucherfrequenz ein erhebliches Kundenpotential, das sich für Bäder interessiert, hängen. Diese Kundschaft, zumindest zum Teil zu erschließen, das haben sich sechs Handwerksbetriebe aus dem Remstal auf die Fahnen geschrieben.

Weil kleine und mittlere Handwerksbetriebe ein derartiges Vorhaben allein nur in sehr begrenzten Umfang bewältigen können, ha-



Der Remspark ist das größte Einkaufszentrum in der Region Waiblingen und verfügt über 1100 Parkplätze

* Firmenverbund Haustechnik/Bad und Blech Bohn GmbH, 71404 Korb, Telefon (0 71 51) 3 25 54, Telefax (0 71 51) 3 40 30

ben sich die im Rems-Murr-Kreis ansässigen Handwerksbetriebe Bohn, Dörr, Fischer, Landgraf, Link und Maier zum Firmenverbund Haustechnik* zusammengefunden. Nachdem man erste positive gemeinsame Erfahrungen mit einer Solarinitiative gemacht hatte, nahmen die Sechs die Gelegenheit wahr, eine Woche lang die Eingangshalle des größten Einkaufszen-

trums der Region unentgeltlich für Ausstellungs- und Repräsentationszwecke zu nutzen. Ungefähr 60 000 Besucher kaufen jede Woche im Remspark ein. Vom 21. bis zum



Die Besucher wurden über einen Zwangsumlauf via Rolltreppe direkt zu den Ständen des Firmenverbund Haustechnik geleitet

Bereits von der Rolltreppe aus sind Heizkörper und Sonnenkollektoren zu sehen



Auch die Photovoltaik gehört zur Leistungspalette des Firmenverbundes



Den Stopper am Ende der Rolltreppe bildete eine Ansammlung von Badprodukten



Erfreulich: Ein Beratungsgespräch reihte sich ans andere

Ungewohntes Bild: Mutter hat Pampers und Milch im Einkaufswagen und Vater informiert sich über den neuen Heizkessel



Unmittelbar zwischen den modernen Techniken fanden auch altbewährte Klempner-Zierstücke ihren Platz



lung beliefen sich auf ca. 25 000 DM. Hinzu kamen die Personalosten für die Standbetreuung während der Ausstellungsdauer. Jeder der sechs Betriebe war durchgehend mit einer Person präsent.

Während die Initiatoren von vornherein mit der hohen Besucherfrequenz gerechnet hatten, zerstreuten sich erfreulicherweise die Befürchtungen, daß es sich bei den Besuchern um Nichtinteressierte oder hauptsächlich um Neugierige und nicht um potentielle Kunden handelt. Ein Beratungsgespräch reihte sich ans andere. Es wurden zahlreiche individuelle Beratungstermine vereinbart. Mitveranstalter Paul Bohn brachte es auf den Punkt: „Wenn für jeden von uns zwei Bad-Sanierungen hängen bleiben, hat der ganze Aufwand sich schon rentiert. Eine vergleichbare Resonanz läßt sich mit einem vergleichbaren Werbeaufwand ansonsten nicht erzielen.“ Daß eine Schwalbe bekanntlich noch keinen Sommer macht, weiß man auch im Firmenverbund Haustechnik. Um eine Kundenbindung zu schaffen, will man künftig alle drei Monate im Remspark ausstellen. Zumindest solange die Harmonie in der Firmengruppe anhält und die entsprechenden Aufträge folgen, dürfte die Begeisterung, mit der dieses Pilotprojekt durchgeführt wurde, nicht schwinden. Mit Ihrer Initiative haben die Handwerksbetriebe eine sehr interessante Variante zur Kundengewinnung erschlossen. □

26. Oktober wurde unter dem Motto „Haustechnik aus einer Hand“ von der Handwerkergemeinschaft eine Wanderausstellung in der Eingangshalle aufgebaut. Neben der Komplettbadsanierung wurden ressourcensparende Heiztechniken, Solartechnik und Klempnerei den potentiellen Kunden näher gebracht.

Damit nicht nur die potentiellen Remspark-Einkäufer den Weg in die Ausstellung finden, hatte die Handwerker im Vorfeld der Aktion durch Wurfprospekte und einem Preisausschreiben auf ihre Sonderausstellung aufmerksam gemacht. Die Kosten für diese PR-Aktion und die unmittelbaren finanziellen Aufwendungen für die Ausstel-



Zufrieden: Die Mitglieder des Firmenverbund Haustechnik kurz vor Aktionsende