

Endkundenmagazin für SHK-Innungsbetriebe

# Bedarf wecken und lenken

Laut einer aktuellen GfK-Studie lässt sich jeder vierte Endkunde durch Wohn- und Fachzeitschriften zu Renovierungen im Bad anregen. Um seine Mitgliedsbetriebe bei der Kundenpflege und -gewinnung zu unterstützen, stellt ihnen der ZVSHK die Zeitschrift „Wasserwärmeluft“ zur Verfügung. Das ansprechend gestaltete Magazin stellt das komplette Leistungsspektrum der SHK-Fachbetriebe in unterhaltsamer, verständlicher Weise dar.

Der Euro sitzt beim Kunden in wirtschaftlich unsicheren Zeiten fest in der Tasche. Geld ist zwar vorhanden, die Haushalte geben es aber nicht aus. Gleichzeitig ist der Wunsch nach einem neuen Bad da. Laut einer aktuellen Umfrage der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) sind 26 % der Deutschen mit ihrem Bad unzufrieden. Dahinter verbergen sich 8,9 Mio. Haushalte. In den nächsten ein bis zwei Jahren planen ca. 5,5 Mio. Haushalte Anschaffungen im Bad, so ein weiteres Ergebnis dieser GfK-Studie. Das Modernisierungspotenzial ist also vorhanden. Auch auf der Heizungsseite sieht die Lage ähnlich aus: Etwa 1,3 Mio. Heizungen sind älter als 24 Jahre.

## Kunden binden und neue gewinnen

In dieser Situation bietet der ZVSHK seinen Mitgliedern eine Kundenzeitschrift an, die bei den Verbrauchern Lust aufs neue Bad und auf moderne Haustechnik macht und dabei auf die Kompetenzen der SHK-Innungsbetriebe hinweist. Das Magazin „Wasserwärmeluft“ erscheint jährlich immer im Frühjahr und greift dabei aktuelle Trends auf, wie z. B. neue Badkonzepte sowie Heizen und Kühlen mit erneuerbaren Energien. Es stellt das komplette Leistungsspektrum der SHK-Fachbetriebe in unterhaltsamer, verständlicher Weise dar und richtet sich vor allem an Bauherren und Modernisierer. Die Zeitschrift ist in dieser Form zum zweiten Mal erschienen und steht

Mitgliedsbetrieben zur Kundenbindung und Kundenneugewinnung zur Verfügung.

In Zeiten der „Geiz-ist-geil“-Mentalität kristallisieren sich zwei gegensätzliche Marketingansätze heraus: Entweder steigen Betriebe in einen meist ruinösen Preiskampf ein oder sie versuchen, sich über Qualität und Leistung vom Wettbewerb zu unterscheiden. Hier setzt das Magazin „Wasserwärmeluft“ an. Es unterstreicht mit seiner Aufmachung das hohe Leistungsniveau im SHK-Handwerk und stellt moderne Serviceangebote aus einer Hand dar. Sollten die Betriebe nicht alle in der Kundenzeitschrift erwähnten Leistungen anbieten, können sie Kooperationen mit anderen Handwerksbetrieben eingehen, die das Angebotsspektrum sinnvoll ergänzen. Somit kann der Betrieb im Bedarfsfall sofort kompetent auf diese Partner verweisen. Diese Offenheit vermittelt Vertrauen, Zuverlässigkeit und gibt ein selbstbewusstes Bild des Fachbetriebs. Gleichzeitig soll der Kunde lernen: „Bei Leistungen rund um die Haustechnik frage ich meinen SHK-Innungsbetrieb!“

## Alle Leistungen des SHK-Handwerks

Durch die neue Zeitschrift führt ein sympathischer SHK-Meister, der seine Kunden im Editorial begrüßt und im Heft immer wieder Profitipps und Hintergrundwissen zu den verschiedenen Themen vermittelt, z.B. zur Brennwerttechnik oder zur Pflege von veredelten Oberflächen im Bad. Der Leser



Verkaufs- und Image-Instrument für Innungsbetriebe: „Wasserwärmeluft“ soll Verbrauchern Lust aufs neue Bad und auf moderne Haustechnik vom SHK-Handwerker machen

kann sich so gut mit „seinem Installateur“ identifizieren.

Das 32-seitige, werbefreie Kundenmagazin umfasst insgesamt fünf Kapitel:

- 1 Unter der Überschrift „Markt“ erhält der Leser Hinweise zu Trends sowie Fakten rund um die Haus- und Gebäudetechnik.
- 2 Im Kapitel „Wasser“ werden neue Bäder vorgestellt: Eine Reportage aus der betrieblichen Praxis zeigt beispielhaft eine attraktive Modernisierungslösung für ein kleines Bad. Darüber hinaus erhält der Leser Anregungen für sein neues Komfortbad und erläutert die Vorteile selbstreinigender Oberflächen im Bad. Immer wieder steht die Handwerksleistung im Vordergrund. So gibt es Tipps zu den Haus- und Gebäude-Checks, wie z.B. zum Trinkwasser-Check des SHK-Innungsfachbetriebs. Hier können Betriebe geschickt anknüpfen und ihren Kunden ein entsprechendes Angebot unterbreiten.



Das 32-seitige, werbefreie Kundenmagazin ist übersichtlich strukturiert und in fünf Kapitel eingeteilt: Markt, Wasser, Wärme, Luft, Sicherheit

3 Im Kapitel „Wärme“ findet der Leser Wissenswertes rund um das Thema „Heizen“. „Mein Kessel ist zu alt – was tun?“ lautet die Frage der Kunden auf die er praxisnahe Antworten vom SHK-Profi bekommt. Gebäudeenergiepass, Wärmepumpe und Pelletheizungen werden informativ und ansprechend für Bauherren und Modernisierer vorgestellt.

Auch über Kachelöfen kann sich der Leser informieren.

4 Das Kapitel „Luft“ stellt die Vorteile moderner Lüftungs- und Klimatechnik dar und weist darauf hin, dass moderne Klimaanlage gleichzeitig kühlen und heizen können.

Unter der Überschrift „Metall – der Stoff, aus dem die Träume sind“ erhält der Leser Informationen zur Klempnertechnik.

5 Im abschließenden Kapitel „Sicherheit“ geht es um die Serviceleistungen der SHK-Innungsbetriebe, wie z. B. die Haus- und Gebäude-Checks. Auch zur sicheren Heizöllagerung erhält der Leser Hinweise.

### So lässt sich das Magazin im Betrieb einsetzen

SHK-Innungsbetriebe mit Ausstellung oder Ladengeschäft sollten die Kundenzeitschrift auslegen. Aber auch für Betriebe ohne eigene Ausstellung bietet das SHK-Magazin zahlreiche Vorteile, denn es weckt durch attraktive Fotos z.B. das Interesse an schönen Bädern. Übergeben die Mitarbeiter das Magazin persönlich, so ist davon auszugehen, dass sich Endkunden noch besser an die Verbindung zwischen „Zeitschrift“ und „seinem SHK-Handwerker“ erinnern, als wenn die Zeitschrift im Vorübergehen mitgenommen wird. In jedem Fall leistet die Zeitschrift einen Beitrag zur Imagepflege des SHK-Handwerks.

Nachfolgend noch einige Tipps zum Einsatz der Kundenzeitschrift:

- Lesen Sie das Magazin selbst auch. So sind Sie vorbereitet wenn Sie Ihr Kunde auf die Inhalte anspricht und Fragen stellt. Das gilt auch für Mitarbeiter mit Kundenkontakt.

## SHK-Kundenmagazin

Das SHK-Kundenmagazin „Wasserwärmeluft“ erhalten die interessierten Innungsbetriebe der SHK-Organisation bei ihrem jeweiligen Landesverband oder direkt vom ZVSHK  
 Rathausallee 6  
 53757 St. Augustin  
 Telefon (0 22 41) 92 99-0  
 Telefax (0 22 41) 2 13 51  
 SHK-Online-Shop:  
 www.wasserwaermeluft.de  
 (passwortgeschützt)

### Erscheinungsweise:

Ein Mal pro Jahr im Frühjahr;  
 nächste Ausgabe: zur ISH 2007

### Preise:

100 Ex. kosten 30 €  
 250 Ex. kosten 62,50 €  
 500 Ex. kosten 100 €  
 (jeweils zzgl. MwSt. und Versand)

Hinweis: Wenn man dort nur wenige Exemplare platziert, wirken diese oft wertvoller und exklusiver als ein dicker Stapel, der nach Überfluss aussieht. Studien zeigen, dass Kunden bei kleineren Mengen eher ein Exemplar mitnehmen, als bei großen Stapeln.

- Monteure, die die Zeitschrift mit zum Kunden nehmen, sollten das Magazin sauber übergeben (keine Öl-Finger, keine Eselsohlen).

Tipp: Am besten geben Sie Ihrem Kundendienst einige Magazine in einer geschützten Mappe mit.

## Zur Imagepflege und Verkaufsförderung

Da die Zeitschrift bisher nur einmal im Jahr erscheint, wird aus Aktualitätsgründen auf das Internetportal des SHK-Handwerks, www.wasserwaermeluft.de, hingewiesen. Dort erhält der Leser aktualisierte und weitergehende Informationen. Dies positioniert gleichzeitig die Marke „Wasserwärmeluft“ neben dem „Eckring“ als gemeinsames Kommunikations-Dach der SHK-Innungsbetriebe.

Das Logo der SHK-Handwerksorganisation – der Eckring – wird von zahlreichen Endkunden als Markenzeichen und Gütesiegel des SHK-Handwerks gesehen. Dies bestätigen Umfragen. Damit der Bekanntheitsgrad des Branchenlogos weiter steigt, ist der Eckring



Auf der Magazin-Rückseite gibt es auch ein Adressfeld, das der SHK-Fachbetrieb bestempeln oder mit seinem Aufkleber versehen kann

bereits auf dem Titel von „Wasserwärmeluft“ abgebildet. Auch im Innenteil wird das Leistungsangebot des SHK-Handwerks mit dem Gütesiegel verknüpft dargestellt. Auf diese intelligente und kostengünstige Weise wird sowohl das Logo des einzelnen SHK-Innungsbetriebs als auch das Erkennungszeichen der gesamten Branche gestärkt.

Mit dem Kundenmagazin „Wasserwärmeluft“ erhält der SHK-Innungsbetrieb ein Instrument an die Hand, um bei seinen Endkunden gezielt die Nachfrage nach neuen Bädern, umweltschonenden Heizungen und Klima- und Lüftungssystemen zu wecken und im zweiten Schritt auch zum eigenen Betrieb zu lenken. Denn mit dem Adressfeld auf der Umschlag-Rückseite hat der Kunde die Adresse „seines Installateurs“ immer griffbereit.

Dipl.-Kauffrau Birgit Jünger verfügt u.a. über Berufserfahrung im Bereich Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Seit Juni 2004 ist sie Referentin für Betriebswirtschaft und Marketing im Zentralverband Sanitär Heizung Klima (ZVSHK), St. Augustin

- Stempeln Sie Ihr Magazin im dafür vorgesehenen Feld auf der Umschlag-Rückseite sorgfältig: Die Farbe sollte nicht verwischen, die Adresse gerade im Stempelfeld erscheinen. Noch besser ist, wenn Sie Adressaufkleber verwenden.
- Legen Sie das Magazin im Ladengeschäft oder in der Ausstellung aus.

### Profi-Tipps für Ihren Renovierungs-Fahrplan



1. Bedarf ermitteln – wer nutzt das Bad, wie oft, wie lange? Mit welchen Vorlieben?
2. Wie soll es aussehen? Anregungen sammeln in Prospekten oder bei Freunden.
3. Handwerker kontaktieren.
4. Grundriss skizzieren (mit Fenstern, Türen, Anschlüssen für Wasser und Strom) als Grundlage für das Gespräch mit dem Fachhandwerker und den Besuch in der Badausstellung.
5. Budget festlegen: Wie viel darf das neue Bad kosten?
6. Meinen SHK-Fachbetrieb kontaktieren.
7. Badausstellung mit dem Handwerker zusammen besuchen, Produkte auswählen.
8. Langfristige Nutzbarkeit bedenken; Ausbaustufen prüfen, gegebenenfalls modulare Badserie auswählen. Produkte der Handwerkermarken haben zehn Jahre Garantie.
9. Angebot für Badplan (wichtig: Funktionszonen bilden; auf harmonische Ausstattung achten) und die Ausführung einholen. Tipp: Modernisierung aus einer Hand spart Zeit!
10. Renovierungstermin abstimmen (Beginn und voraussichtliche Dauer der Arbeiten).
11. Renovierung organisieren – wissen die Nachbarn Bescheid? Ist die Wohnung zugänglich? Ausweichbad für die Umbautage?

Über die ganze Zeitschrift verteilt finden sich informative Kästen mit speziellen „Profi-Tipps“