



Bild: SHK AG

„Badgestalter“-Markentreffen in Köln: Knapp 200 Teilnehmer/-innen waren in die Domstadt Köln gekommen, um miteinander in die Branchenzukunft zu blicken.

„Ein Novum in der Branche“

Vorstand Sven Mischel berichtet im IKZ-Interview über moderne Markenkultur, Marketingstrategien und eine neue Werbelinie

Immer mehr Handwerksunternehmen schrauben an ihrem Bekanntheitsgrad, vor allem im Internet. Sie werden zur Marke – und damit leichter gefunden. Auch beim Treffen der „Badgestalter“ in Köln drehte sich fast alles um das Thema Marken. Lizenzgeber dieses Labels ist die SHK Einkaufs- und Vertriebs AG (Bruchsal) – mit mehr als 900 Mitgliedsbetrieben eine der bedeutenden deutschen Handwerkskooperationen der SHK-Branche. Was SHK-Vorstand Sven Mischel unter einer modernen Markenkultur versteht, welche Marketingstrategien seines Erachtens nachhaltig sind und was sich hinter der neuen Werbelinie für das Jahr 2019 verbirgt, verrät Mischel im IKZ-Interview.

IKZ-HAUSTECHNIK: Welchen Nutzen verspricht eine Markenkultur in Unternehmen?

Sven Mischel: Eine echte, gelebte Markenkultur hilft, die besondere Leistungsqualität eines Fachhandwerksunternehmens sichtbar und erlebbar zu machen. Im Kundenkontakt, tagtäglich. Sie prägt zugleich die Verbindlichkeit und den Zusammenhalt im Team: umsichtig und respektvoll miteinander umgehen, sich zugehörig und gefördert fühlen. Das motiviert, macht attraktiv und zieht überdies passenden Nachwuchs an.

IKZ-HAUSTECHNIK: Mit welcher Marketingstrategie lassen sich Mitarbeiter und Kunden erreichen?

Sven Mischel: Um Mitarbeiter für die Marke zu gewinnen, setzen wir auf Inhouse-Trainings und unser periodisches SHK-Magazin. Wichtig dabei ist das persönliche Erleben: „Gerade als Markenbotschafter komme ich positiv an!“ Die für uns relevanten Käufergruppen bringen wir durch sogenanntes Touchpoint-Marketing mit unseren Marken in Berührung: Dazu gehören z. B. die Markenwebseiten, Social-Media-Aktivitäten, Mailingkampagnen, Berichterstattung in Publikumsmedien, Events oder unsere verbundeigenen Publikationen.

IKZ-HAUSTECHNIK: Worauf müssen Marken achten, um zukünftig nicht in die Gleichgültigkeitsfalle zu tappen?

Sven Mischel: Zunächst einmal ist festzuhalten: Mit unseren Konzepten einer mar-

ktierten Handwerksleistung sind wir ein Novum in der Branche. Aus gutem Grund: Wir müssen uns als starke Gruppe zeigen, um uns mit unseren Besonderheiten gegenüber neuen Wettbewerbern – etwa Online-Auftragsmaklern, Web-Shops etc. – erfolgreich zu behaupten. Unsere Strategie ist, im Moment der Kaufentscheidung überzeugend und nachhaltig präsent zu sein, den Nutzen und die Mehrwerte aufzuzeigen, die sich mit unserem Fachhandwerk verbinden: die besondere Nähe zum Kunden, den persönlichen Komplettservice, die Kompetenz und die Zuverlässigkeit, die wir bieten. Der Kaufinteressent



Bild: SHK AG

SHK-Vorstand Sven Mischel erläutert die Eckpunkte der künftigen Markenentwicklung: „Die Kraft der richtigen Überzeugung wird uns voranbringen.“

Auf einen Blick

- Das 8. „Badgestalter“-Markentreffen fand im Oktober in Köln statt. 200 Teilnehmerinnen und Teilnehmer waren in die Domstadt gekommen, um einen Blick in die Branchenzukunft zu werfen.
- Das von der Handwerkskooperation SHK AG initiierte Markenkonzept ist seit 2010 im Markt etabliert und wird aktuell von etwa 140 Handwerksbetrieben umgesetzt.

muss erfahren: hier ist etwas neu, anders, hier dreht sich alles nur um mich, hier bin ich absolut gut aufgehoben.

IKZ-HAUSTECHNIK: Was verbirgt sich hinter der neuen Werbelinie der SHK AG und der „Badgestalter“ für das Jahr 2019?

Sven Mischel: Zunächst einmal die markante Sichtbarkeit unserer Marken an den maßgeblichen Käufer-Berührungspunkten: online und offline. Dabei zeigen die „Meister der Elemente“ auf sympathische Weise die Macherqualitäten ganzer Kerle mit dem Slogan: „Starkes Handwerk für Ihr Zuhause“. Die „Badgestalter“ setzen auf Faszination, auf Bad als individuellen Erlebnisraum und werben mit exemplarischen Badkunden: „Genau das Bad, wie ich es mag!“

www.shknet.de
www.die-badgestalter.de