

SHK magazin

Finanzierung & Förderung

HEIZUNGSFÖRDERUNG:
FACHBETRIEBE PUNKTEN
DURCH WISSEN & SERVICE

Online-Marketing

WIE DAS HANDWERK
KUNDEN IM INTERNET
FÜR SICH **GEWINNT**

Personal

WAS EINEN **GUTEN**
ARBEITGEBER
AUSMACHT

Corona-Krise

CORONA 2020:
EINE **BILANZ DER**
SHK-BRANCHE

Spannend: Unsere Mitglieder gewähren Einblicke in ihre Erfahrungen zu den Themen Corona-Krise, Personal und Online-Marketing.



das **WIR.**

Inhalt

INHALT

INHALT - VORWORT

CORONA-KRISE

- 04 Corona 2020: Eine Bilanz der SHK-Branche
- 08 Zirkelbach: Mit klarem Blick die Krise meistern
- 10 S+M Jansen: Gemeinsam alle Kräfte bündeln

FINANZIERUNG & FÖRDERUNG

- 14 Heizungsförderung: Fachbetriebe punkten durch Wissen und Service
- 20 VR-Ratenkauf: Kundenwünsche besser erfüllen & Umsätze steigern

PERSONAL

- 22 Was einen guten Arbeitgeber ausmacht
- 28 Lienemann: Teezeit und Herzlichkeit bei Lienemann
- 30 Rostan: Crash-Kurs beschert Azubis einen smarten Einstieg
- 32 Schacht & Brederlow: Mit kaufmännischem Weitblick wachsen
- 34 CBC Haustechnik: Vom Mut den eigenen Erfolgsweg zu gehen
- 36 Lotter: Mit Sympathiekampagne um Mitarbeiter werben
- 38 Pruns & Harms: Neue Mitarbeiter optimal an Bord holen

ONLINE-MARKETING

- 42 Wie das Handwerk Kunden im Internet für sich gewinnt
- 46 Henrich Schröder: Mit Emotionen auf allen Kanälen überzeugen
- 48 Albert Kern: Nah am Kunden – erst recht digital
- 50 Mitmachen: Bei den SHK Online-Wettbewerben

Liebe Leserin, lieber Leser,

ein turbulentes Jahr liegt hinter uns. Mit herausfordernden Momenten, aber auch vielen Höhen. Welche Themen begleiteten uns 2020? Wir können klar sagen: Covid-19, die Heizungsförderungslandschaft und eine Branche, die aufgrund der Digitalisierung und geänderter Bedürfnisse an die Arbeitswelt im Umschwung steht. Deswegen widmen wir dieser Magazin-Ausgabe folgende vier Schwerpunkte: Corona-Krise, Finanzierung & Förderung, Personal und Online-Marketing. Wir geben nicht nur interessante Informationen an die Hand, wir lassen auch zahlreiche Mitglieder sprechen. Sie berichten aus ihrer Praxis zu den genannten Themen und gewähren uns Einblicke, was ihr Unternehmen so besonders macht. Das ist die Stärke unseres Verbandes: Gemeinsam Erfahrungen und Wissen zu teilen, um kräftig zu wachsen – und ein enger Zusammenhalt.

Wir wünschen viel Spaß beim Lesen und ein gesundes Jahr 2021.



Sven Mischel,
SHK-Vorstandsvorsitzender/CEO



Thorsten Renk,
SHK-Vorstand

VERANTWORTLICH FÜR DEN INHALT:
SHK EG - ZEILÖCH 13, 76646 BRUCHSAL
TELEFON: +49(0)7251 93245-0
TELEFAX: +49(0)7251 93245-99
E-MAIL: KONTAKT@DASWIR-SHK.DE
VORSTANDSVORSITZENDER: SVEN MISCHEL
VORSTAND: THORSTEN RENK
VORS. D. AUFSICHTSRATS: ALFRED BOCK
SITZ DER GESELLSCHAFT: BRUCHSAL
AMTSGERICHT MANNHEIM: GNR 700094
STEUER-NR.: 30068/02000
UST-IDNR.: DE327863063

KONZEPT, UMSETZUNG UND INHALT:
TINA GÖTZ (V.I.S.D.P.), ULRIKE BÖHME,
REDEXT - PUBLIC RELATIONS
LAYOUT: RAFFAELLA STORELLI
DRUCK: COLORDRUCK SOLUTIONS GMBH
BILDQUELLEN: SHK-ARCHIV,
SHUTTERSTOCK, CO2ONLINE,
BUNDESVERBAND DEUTSCHER
INKASSO-UNTERNEHMEN E.V.



CORONA 2020

Eine Bilanz der SHK-Branche

Die Corona-Krise beeinflusst mehr oder weniger stark das Alltagsleben. Gesamtgesellschaftlich ist sie für wirtschaftliche Einbrüche verantwortlich, deren Auswirkungen noch nicht eindeutig abzusehen sind. Die SHK-Betriebe hatten deutlich weniger Umsatzeinbrüche zu beklagen als andere Branchen. Auch die Pläne von Immobilienbesitzern zur Bad- und Heizungsmodernisierung zeigen sich relativ stabil. Die meisten Betriebe konnten sich organisatorisch schnell auf die veränderten Bedingungen durch die Corona-Hygieneregeln einstellen. Lernprozesse, die aus der Krise entstanden sind, führen zu neuen Organisationsstrukturen, die auch langfristig bestehen können. Die Herausforderungen in der betrieblichen Ausbildung nehmen unter den Bedingungen von Corona zu. Zugleich eröffnen neue Anforderungen an die Hygiene zusätzliche Geschäftsfelder für die SHK-Branche.

SHK-BRANCHE BEHAUPTET SICH STABIL

Während andere Branchen erhebliche Umsatzeinbußen zu beklagen haben, behauptete sich die SHK-Branche stabil. Laut Statistischem Bundesamt gab es im Bauhauptgewerbe, dem die SHK-Betriebe zugerechnet werden, im Vergleichszeitraum erstes Halbjahr eine Umsatzsteigerung gegenüber 2019. Ein Grund ist die Einstufung des SHK-Handwerks als systemrelevant, sodass Arbeiten während der Lockdown-Maßnahmen weitergeführt werden konnten. Ein weiterer Grund ist die längerfristige Planung, die bei Bau- und Modernisierungsmaßnahmen im SHK-Bereich üblich ist. Geschäftsführer der Unternehmensberatung Querschieser, Hans-Arno Kloep, berichtete in einem Beitrag der Deutschen Handwerks Zeitung, dass die Ablehnung einzelner Privatkundenaufträge gut kompensierbar war. Auf der Heizungsseite gibt es eine interessante Förderlandschaft, und für die Arbeiten im Heizungskeller müssen die Mitarbeiter nicht näher mit den Kunden in Kontakt treten. Abgesagte Badmodernisierungen holen die meisten Verbraucher später nach, sodass Umsätze nicht aufgehoben, sondern nur aufgeschoben sind. Unterm Strich hat die Mehrzahl der SHK-Unternehmen keine Kurzarbeit angemeldet oder staatliche Hilfen angefordert.

In der Krise gemeinsam stark

Eine gute Gemeinschaft zeigt ihre wahre Stärke, wenn Herausforderungen zu überwinden sind. Das macht die andauernde Corona-Krise deutlich. Unsere Verbundgemeinschaft bewies im Jahr 2020, dass sie auf einem starken Fundament steht. Signale der Zuversicht und Unterstützung an unsere Mitglieder gab es durch eine vorgezogene Bonusausschüttung im Frühjahr und eine Sonderausschüttung im Herbst 2020. Auch eine zügige Reaktion auf geänderte Gegebenheiten war gefragt. Online-Alternativen ersetzen ausgefallene Vor-Ort-Veranstaltungen. Die digitale Trendschau kam ins Leben, bei der sich unsere Mitglieder über alle Neuigkeiten aus den Bereichen Einkauf, Marketing und Service informieren und interessantes Wissen von Fachreferenten erhalten. Weitere digitale Seminare fanden in der Phase des Corona-Lockdowns statt, die wichtige rechtliche Fragen rund um Corona aufgriffen und Antworten auf geänderte Regelungen boten. Corona begleitet uns weiterhin im Jahr 2021. Das bedeutet für unseren Verbund noch mehr zusammenzurücken und proaktiv zu handeln, um gemeinsam weiterzukommen.

WÄHREND ANDERE BRANCHEN ERHEBLICHE UMSATZEINBRÜCHE ZU BEKLAGEN HABEN, BEHAUPTETE SICH DIE SHK-BRANCHE STABIL.

TROTZ DER NEUEN UNSICHERHEITEN IST ES FÜR SHK-UNTERNEHMEN WICHTIG, NEUE AUSZUBILDENDE EINZUSTELLEN.

AUSBILDUNG WEITERHIN WICHTIG FÜR DIE SICHERUNG DER ZUKUNFT

Covid-19 stellt die SHK-Branche auch bei den Auszubildenden vor neue Herausforderungen. Wenn Berufsschulen geschlossen sind, müssen die Firmen diese Zeiten zusätzlich abfedern, etwa durch die Umstellung von Ausbildungsplänen oder das Vorziehen anderer Lerninhalte. Trotz der neuen Unsicherheiten ist es für die Betriebe wichtig, neue Auszubildende einzustellen. Die Nachwuchsprobleme in der Branche werden weiterhin bestehen. Durch ein „Corona-Loch“ in der Bildung könnten sie sich noch verschärfen. Die „Ausbildungsprämie“ der Bundesregierung mit einer Einmalzahlung von bis zu 3.000 Euro je Ausbildungsplatz kann nur dann von einem SHK-Unternehmen in Anspruch genommen werden, wenn der Betrieb erhebliche Umsatzrückgänge zu verkraften oder Kurzarbeit angemeldet hat.

COVID-19 BEEINFLUSST PLANUNGEN PRIVATER IMMOBILIENBESITZER KAUM

Haus- und Wohnungsbesitzer fühlten sich Mitte 2020 durch Corona wenig verunsichert. So gaben 88% der Teilnehmer in einer Umfrage der Beratungsgesellschaft co2online im Mai 2020 an, dass die Covid-19-Situation ihre Planungen zur Wohngebäudemodernisierung nicht beeinflusst hat. 43% der Befragten planen weiterhin, ihr Heizsystem zu erneuern, 27% möchten einen hydraulischen Abgleich durchführen lassen oder eine PV-Anlage installieren. Ein neues Bad steht bei 24% auf der Wunschliste. Dass die öffentliche Hand über die BAFA deutlich höhere Förderungen für den Einbau einer neuen Heizung anbietet, gibt dem Thema zusätzlichen Auftrieb. Die Bereitschaft, mehr in die eigenen vier Wände zu investieren, könnte durch die Homeoffice-Zeiten vieler Arbeitnehmer angekurbelt werden.

Wohngebäude-Modernisierung: Corona mit wenig Einfluss

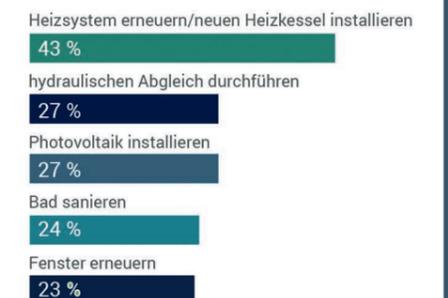
Hat die COVID-19-Situation Ihre Planung beeinflusst?

88 %

12 %



Welche Maßnahme planen Sie?



Umfrage von co2online aus dem Mai 2020 mit 680 Befragten

Stand: 06/2020 | Grafik: www.co2online.de

co2online

Laut einer Verbraucher-Umfrage der gemeinnützigen Beratungsgesellschaft co2online im Mai 2020 will die Mehrheit der Hauseigentümer trotz Corona-Krise modernisieren.

DIE GEFAHR VON ZAHLUNGS AUSFÄLLEN STEIGT

Laut Bundesverband Deutscher Inkasso-Unternehmen waren Auswirkungen der Corona-Pandemie bereits im Mai 2020 spürbar. Von einer schlechteren Zahlungsmoral der Privatkunden berichteten 69% der Inkassofirmen, 74% waren es bei den gewerblichen Kunden. Die Gründe führte der Verband bei beiden Gruppen hauptsächlich auf Liquiditätsengpässe durch Corona zurück, bei den Verbrauchern stand zusätzlich die Kurzarbeit an erster Stelle. Handwerksbetriebe waren weit weniger betroffen als andere Branchen. Dennoch empfiehlt es sich, bei größeren Projekten Vorsorge zu treffen, etwa mit dem Einholen von Bonitätsauskünften und Teilzahlungen. Zudem kann der Handwerksbetrieb eine Bauhandwerkersicherung nach § 650f BGB verlangen, bei der seine Ansprüche oft über eine Bankbürgschaft abgesichert werden.



Eine Umfrage des BDIU (Bundesverband Deutscher Inkasso-Unternehmen e.V.) im Mai 2020 ergibt: Die Corona-Krise drückt auf die Zahlungsmoral von Verbrauchern und Unternehmen.

Duschkabinen | Duschwannen | Duschsysteme
Wandverkleidungssysteme | Alu-Spiegelschränke | Designheizkörper



Zuhause ist es doch am schönsten

Einfache Teilsanierung innerhalb 48 Stunden

In diesem Jahr laufen viele Dinge anders als geplant. Das Leben spielt sich fast ausschließlich in den eigenen vier Wänden ab. Besonders in dieser Zeit ist es wichtig, Zuhause einen persönlichen Wohlfühlort zu haben: Das Badezimmer. Nutzen Sie die neu gewonnene Zeit Ihrer Kunden und modernisieren Sie Bäder mit unserem Teilsanierungssystem RenoConcept. **Ohne Stemmarbeiten**, Staub und Schmutz können Sie schnell und **kostengünstig** eine **hochwertige** Teilsanierung von Badezimmern realisieren. Eine Unterstützung durch die KfW und die Pflegekassen ist hierbei möglich.

Weitere Infos unter
www.renoconcept.de



NEUE GESCHÄFTSMÖGLICHKEITEN DURCH CORONA

Aus den Lernprozessen der Corona-Krise ergeben sich für die SHK-Betriebe neue geschäftliche Ansätze. Das Thema „Touchless“ ist deutlich wie nie in den Fokus gerückt. In öffentlichen Sanitärräumen, in der Gastronomie und Hotellerie besteht ein großer Nachholbedarf bei berührungslosen Armaturen und Spülsystemen, Seifenspendern oder Handtrocknern. Auch im privaten Bereich wächst die Nachfrage nach Badkomponenten, die leicht zu reinigen und zu desinfizieren sind. Ein weiteres Beispiel ist die Trinkwasserhygiene, die durch Stillstände und Schließungen in Ferienimmobilien, Hotels, Einkaufszentren oder Versammlungsstätten gefährdet ist. Hier können die SHK-Unternehmen Lösungen für den bestimmungsgemäßen Betrieb der Trinkwasseranlagen anbieten. Absehbar ist ein Nachfrageschub bei Lüftungsanlagen für Schulen, Kitas, Heime und viele andere öffentliche Bereiche.



ZIRKELBACH

Mit klarem Blick die Krise meistern

Von der Corona Pandemie ist der Freistaat Bayern besonders betroffen, hier klettern die Covid-19 Fallzahlen immer wieder auf ein hohes Niveau. Die Zirkelbach GmbH, die seit 2000 ihren Sitz in Oberfranken im Ort Lichtenfels hat, spürt demzufolge die Veränderungen, die die Krise mit sich bringt. Dennoch lässt sich Thomas Zirkelbach, Geschäftsführer von einem 17-Mitarbeiter starken Unternehmen, nicht von der belastenden Situation mitreißen. „In der Lockdown-Phase im Frühjahr 2020 und auch danach erlebten wir kaum Auswirkungen auf die Auftragslage unserer Haustechnik-Modernisierungs- und Badrenovierungsprojekte. Vor allem half uns der Fakt, dass unsere Branche als systemrelevant eingestuft wurde und wir weiterarbeiten konnten,“ fasst Thomas Zirkelbach zusammen. Wegen des Lockdowns musste er lediglich seine Ausstellung für zwei Wochen schließen. Hier hatte er zum Glück keine Probleme, da Zirkelbach mit den Kunden vorwiegend Besuchstermine vereinbart und es weniger Laufkundschaft gibt.

PRIVATKUNDEN NUTZTEN DIE GUNST DER STUNDE

Im Privatkundengeschäft gab es bei Zirkelbach im Jahr 2020 kaum Veränderungen. Während einige wenige Kunden Aufträge nach hinten verschoben, nutzten andere die Gunst der Stunde, ihr geplantes Projekt früher durchzuführen. Schwieriger zeigte sich die Situation im gewerblichen Bereich. Als Beispiel nennt Thomas Zirkelbach ein Altersheimprojekt, das der Auftraggeber wegen der Infektionsgefahr für die Bewohner auf 2021 verschieben musste. „Ob dieser Auftrag überhaupt noch zustande kommt, ist fraglich. Hier müssen wir einfach abwarten, was die nächsten Monate bringen“ stellt Thomas Zirkelbach mit Bedauern fest.



„UNS HALF DER FAKT, DASS WIR IN DER SHK-BRANCHE WEITERARBEITEN KONNTEN, DA SIE ALS SYSTEM-RELEVANT EINGESTUFT WURDE“.

GESUNDHEITSSCHUTZ FÜR MITARBEITER DURCH ROLLIERENDE ORGANISATION

Um die Gesundheit seiner Mitarbeiter sicherzustellen, organisierte Thomas Zirkelbach einige Abläufe im Betrieb um. Er teilte die Monteure in feste Teams ein, die zu verschiedenen Zeiten in den Betrieb kommen und Feierabend machen. „Damit können wir Kontakte so gering wie möglich halten“, erzählt er. Im Innendienst sind die Büros jeweils nur von einer Person belegt, zum Teil weichen die Mitarbeiter in die Ausstellungsräume aus. Weitere Entlastungen brachten der Abbau von Überstunden und vorgezogene Urlaube. Thomas Zirkelbach: „Kurzarbeit oder andere staatliche Förderungen mussten wir zu keiner Zeit in Anspruch nehmen.“

NACHSCHUB IN GUTER ZUSAMMENARBEIT GELÖST

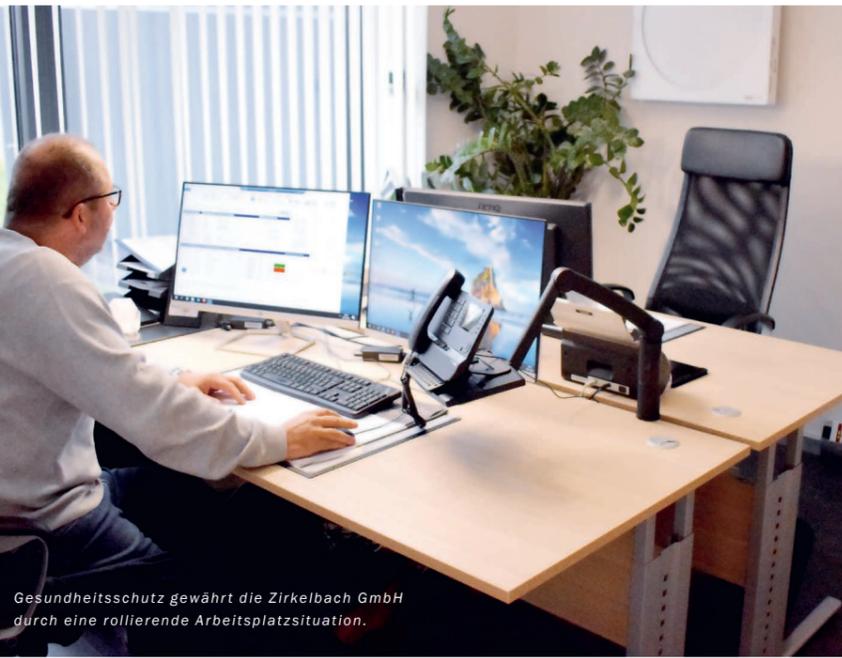
Als sehr gut lobt der Geschäftsführer die Zusammenarbeit mit den Lieferanten. Längere Lieferzeiten konnte er gut abpuffern, da das Lager mit einem Vorlauf von drei Wochen bestückt ist. „Und wenn es doch einmal zu vorübergehenden Materialengpässen kam, griffen wir auf den Großhandel zurück“, so Thomas Zirkelbach.

OPTIMISTISCHER BLICK INS JAHR 2021

Eine sichere Prognose für 2021 wagt Zirkelbach nicht abzugeben, er kann sich aber verschiedene Szenarien vorstellen. Bei weiterhin eingeschränkten Reisemöglichkeiten sieht er die Chance, dass die Kunden mehr in ihr Haus oder ihre Wohnung investieren. Falls Kurzarbeit und Arbeits-

losigkeit weiter zunehmen, befürchtet er einen Rückgang der Ausgaben für Bad- und Heizungsmodernisierungen. Sein Blick auf 2021 bleibt dennoch positiv: „Unser Betrieb ist finanziell gut aufgestellt. Wir beobachten nach wie vor, dass Handwerksbetriebe gefragt sind und viele Aufträge bekommen.“

Thomas Zirkelbach beobachtet nach wie vor, dass Handwerksbetriebe gefragt sind und viele Aufträge bekommen.



Gesundheitsschutz gewährt die Zirkelbach GmbH durch eine rollierende Arbeitsplatzsituation.

DER FRÜHJAHR-S-LOCKDOWN IM JAHR 2020 FÜHRTE BEI DER S+M JANSEN GMBH ZU EINER SPÜRBAR STÄRKEREN KUNDENNACHFRAGE. STATT DER GEPLATZTEN URLAUBSREISE WOLLTEN VIELE VERBRAUCHER LIEBER IN EINE UMFASSENDE BADSANIERUNG ODER EINE PHOTOVOLTAIK-ANLAGE FÜR DAS EIGENHEIM INVESTIEREN.



S+M JANSEN

Gemeinsam alle Kräfte bündeln

In besonderen Situationen zeigt sich erst, was ein Team wirklich leisten kann. Umso zufriedener ist Markus Jansen, Geschäftsführer der S+M Jansen GmbH, damit, wie die 20 Beschäftigten des Fachbetriebes alle Herausforderungen im Corona-Jahr 2020 professionell, sicher und gesund gemeistert haben. Eines stand für Jansen sofort fest: „Kurzarbeit kam für uns nicht in Frage, das wollten wir unseren Mitarbeitern aus sozialen Gründen nicht zumuten. Alle haben an einem Strang gezogen und echten Teamgeist gezeigt.“

PAPIERLOSES ARBEITEN HAT SICH BEWÄHRT

Frühzeitig musste Jansen gezielte Hygienemaßnahmen umsetzen. Schließlich ist der Kreis Heinsberg in der Nähe von Mönchengladbach – einer der ersten Hotspots der Pandemie in Deutschland – nur wenige Kilometer vom Sitz des Unternehmens entfernt. Der Geschäfts-

führer zögerte nicht lange: „Als erstes haben wir die Mannschaft 14-tägig auf zwei separate Einheiten aufgeteilt, damit die gleichzeitige Belegung in der Firma nicht zu groß war.“ Als Glücksfall hat sich erwiesen, dass das Unternehmen seit geraumer Zeit papierlos arbeitet. „Die Kommunikation lief in bewährter Weise komplett per Smartphone. Um Kontakte zu reduzieren, sind die Monteure nicht erst in den Betrieb gekommen, sondern direkt von zu Hause zur Baustelle gefahren.“

SCHNELLER WECHSEL INS HOMEOFFICE

Die sonst vertraute morgendliche Besprechung des Gesamt-Teams wurde durch Telefonate ersetzt, der Innendienst koordinierte mit Abstand aus dem Homeoffice. „Schon vor Corona ermöglichten wir einigen Mitarbeitern das Einrichten eines Heimarbeitsplatzes“, blickt Jansen zurück: „Gottseidank war das Arbeiten aus dem Homeoffice somit für uns von heute auf morgen umsetzbar.“ Ein verantwortungsvolles Handeln stand für den Geschäftsführer auch in der Kundenkommunikation an erster Stelle. Badsanierungen bei Kunden, die zur Risikogruppe gehören, wurden vorsorglich verschoben. Das hat unter anderem zu einem Auftragsstau in der Firma beigetragen.

ZURÜCK ZUR NORMALITÄT

„Wir hoffen sehr, dass wir Schritt für Schritt zur Normalität zurückkehren können“, unterstreicht Jansen. Erfreulich: Der Frühjahrs-Lockdown im Jahr 2020, hatte zu einer spürbar stärkeren Kundennachfrage geführt. Statt der geplatzten Urlaubsreise wollten viele Verbraucher lieber in eine umfassende Badsanierung oder eine Photovoltaik-Anlage für das Eigenheim investieren – ein Effekt, von dem der Betrieb im Jahr 2021 noch profitieren dürfte.

Markus Jansen stellte zufrieden fest, dass seine 20 Beschäftigten alle Herausforderungen im Corona-Jahr 2020 sicher und gesund gemeistert haben. (Bild vor 2020 entstanden)



Als Glücksfall in der Corona-Pandemie erwies sich, dass die S+M Jansen GmbH seit geraumer Zeit papierlos arbeitet.

VIelfALT UND LANGLEBIGKEIT



Ganz auf Ihre Ansprüche hin eingerichtet, avanciert das Bad zum Lieblingsort und zur Oase des Wohlbefindens. Hier dreht sich alles um Ihre Wünsche und jedes komfortable Detail ist auf Sie zugeschnitten.

badea zeichnet sich durch eine Vielzahl an Frontmaterialien in einer großen Farbpalette und an verschiedenen Griffvarianten und Ausstattungsoptionen aus.



ANTI-FINGERPRINT-OBERFLÄCHE
Eine patentierte Technologie macht die seidenmatte Oberfläche dieser Front zur Sensation.



www.facebook.com/badeabathrooms

www.instagram.com/badea_bathrooms

www.badea-badmoebel.de



Regenerative Lösungen Ganz einfach installieren



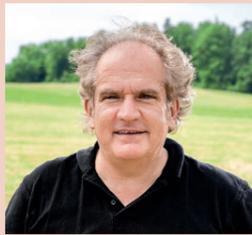
Begeistern Sie Ihre Kunden mit unseren Wärmepumpen und profitieren Sie von schneller Installation, Wartung und Vernetzung mit unseren digitalen Services.

www.bosch-einfach-heizen.de

HEIZUNGSFÖRDERUNG

Fachbetriebe punkten durch Wissen & Service

Die EU hat sich hohe Klimaziele gesteckt. Die Treibhausgasemissionen sollen europaweit um 40% gegenüber 1990 sinken und die Energieeffizienz um mindestens 32,5% steigen. Zugleich ist ein erheblich höherer Anteil der erneuerbaren Energien angepeilt. Eine wichtige Voraussetzung dafür ist, dass die energetische Modernisierung im Gebäudebestand deutlich mehr Fahrt aufnimmt. Für fast jedes Gebäude gibt es heute Möglichkeiten, die Heizung und Warmwassererzeugung ganz oder teilweise auf erneuerbare Energien umzustellen – an dieser Stelle können sich die Fachbetriebe mit ihrer Expertise profilieren.



HEIZTECHNIKEXPORTE WENDELIN HEINZELMANN

Der Vertriebsleiter und Experte im Heiztechnikbereich von Paradigma, Wendelin Heinzelmann, gab uns Auskunft darüber, wie SHK-Mitgliedsunternehmen die Fördermöglichkeiten im Heizungsbereich nutzen können, um Kunden bestens abzuholen und zu beraten.

BESTEHENDEN KUNDEN OPTIMALEN SERVICE BIETEN

Möglichkeiten zur Verbesserung der Klimabilanz gibt es für Endkunden viele. Aber nicht alle sind mit dem gleichen Aufwand und denselben Kosten verbunden: „Wenn es um das Reduzieren der CO₂-Bilanz geht, ist Solarthermie eine der sinnvollsten und kosten-



HEUTE GIBT ES FÜR FAST JEDES GEBÄUDE MÖGLICHKEITEN, DIE HEIZUNG UND WARMWASSERERZEUGUNG GANZ ODER TEILWEISE AUF ERNEUERBARE ENERGIEN UMZUSTELLEN.

ÜBER EINE PERSÖNLICHE BERATUNG IM RAHMEN DER JÄHRLICHEN WARTUNG, PER BRIEF ODER MAIL MIT KONKRETEM VORSCHLAG ZUR HEIZUNGSOPTIMIERUNG, SIND KUNDEN GEZIELT ANSPRECHBAR.

effizientesten Lösungen für Privatpersonen“ rät Wendelin Heinzelmann, Vertriebsleiter bei Paradigma. Für jeden Einzelfall weiß das SHK-Unternehmen letztlich am besten, welche Arten der Heizungsoptimierung am sinnvollsten sind. Über eine persönliche Beratung im Rahmen der jährlichen Wartung, einen Brief oder eine Mail mit einem konkreten Vorschlag zur Heizungsoptimierung lassen sich die Kunden gezielt ansprechen. Rechnungsbeileger mit Infos zu den Fördermöglichkeiten, ein Hinweis im Mail-Absender oder ein Mailing an die Kundenkartei, all das sind weitere Möglichkeiten, die bestehenden Kundenkontakte kostengünstig zu informieren.

Der Paradigma-Förderservice

Noch nie war es so einfach, Fördergelder zu beantragen.

Wir übernehmen die komplette Abwicklung – überlassen Sie den Papierkram unseren Profis.

www.paradigma.de/foerderservice

PARADIGMA FÖRDERHOTLINE
☎ 06190 9263-330
Mo. – Fr.
9 – 17 Uhr



Ökologisch. Konsequenz. Heizen.

NEUE KUNDENKONTAKTE KNÜPFEN

Aktuelle Hinweise zu Förderungen, Hintergrundinfos und gelungene Referenzprojekte zum Heizungsaustausch sind in den sozialen Medien gut zu platzieren. Anzeigen und PR-Beiträge in den regionalen Printmedien sorgen zudem für Aufmerksamkeit. Das Angebot des kostenlosen Heizungschecks bietet einen guten Anlass, Kontakte zu neuen Kunden herzustellen und ihnen vor Ort Verbesserungs- und Fördermöglichkeiten aufzuzeigen.

Passende Anzeigen für die Heizungsförderung

Im Marketingportal finden unsere Teilnehmer am Gemeinschaftsmarketing MEISTER DER ELEMENTE und DIE BAD- & HEIZUNGSGESTALTER passende Anzeigenvorlagen für die Heizungsförderung zum Download. Auch buchbar als Printanzeige. Mit eigenem Logo versehen, geht die Printanzeige direkt an den Zeitungsverlag vor Ort heraus, wo die Anzeige geschaltet wird. www.shk-marketingportal.de



PRIVATKUNDEN NEHMEN GERNE HILFE UND BERATUNG AN

Voraussetzung für eine überzeugende Beratung ist ein profundes Know-how zu den Fördermöglichkeiten, Konditionen und Bedingungen. Heintzelmann empfiehlt hier allen SHK-Betrieben: „Das Thema Förderung war letztes Jahr ein Haupttreiber beim Heizungsausbau. Wer sich 2021 frühzeitig zum Stand der aktuellen Fördermöglichkeiten informiert, kann seinen Kunden hier einen echten Mehrwert bei der Beratung bieten.“ Die entsprechenden Infos dazu finden deutsche SHK-Betriebe auf der Website des BAFA. Die detaillierte Auseinandersetzung mit dem „Kleingedruckten“ der Förderrichtlinien ist für die meisten Kunden sehr aufwendig. Sie werden daher gerne auf das Serviceangebot einer fundierten Beratung inklusive der Antragstellung einsteigen. Das ist leicht zu handhaben, denn das SHK-Unternehmen benötigt dafür lediglich eine Vollmacht des Auftraggebers. Darüber hinaus gibt es Möglichkeiten, den Kunden beim Navigieren durch den Förderdschungel zu unterstützen. Erfahrene Anbieter stellen Förderservices bereit, bei welchen Profis die komplette Antragstellung für den Kunden übernehmen – Schritt für Schritt vom Prüfen der Fördervoraussetzungen bis zum Einreichen der fertigen Förderanträge und Nachweise.

FÖRDERANTRAG VOR START DES PROJEKTS EINREICHEN

Der Antrag muss rechtzeitig vor dem Start eines geplanten Heizungsprojektes beim BAFA eingegangen sein, da eine rückwirkende Förderung für begonnene Maßnahmen nicht möglich ist. Heintzelmann mahnt zur Vorsicht: „Für deutsche SHK-Betriebe definiert das BAFA als Beginn des Vorhabens bereits den Abschluss des Liefer- oder Leistungsvertrages. Das Unternehmen kann mit den Arbeiten loslegen, sobald die Eingangsbestätigung für den Antrag vorliegt. Die Bearbeitungszeit kann wegen der hohen Nachfrage derzeit mehrere Monate betragen. Bis zur Förderzusage liegt das Antragsrisiko beim Förderungsnehmer. Darauf sollte der Kunde aufmerksam gemacht werden, damit es nachträglich zu keinen Unstimmigkeiten kommt.“

SONNEN UPGRADE

Das Beste, was Ihre Kunden fürs Klima machen können!

www.paradigma.de/sonnenupgrade

- ✓ Staatlich gefördert – so wird Sonnenwärme noch attraktiver
- ✓ Einfache Angebotserstellung dank übersichtlicher Produkt-Pakete
- ✓ Garantiert die richtige Lösung für jedes Budget



Buderus

Heizsysteme mit Zukunft.

Klimaschutz
lohnt sich.

Nutzen Sie unser Beratungsangebot.

Wenn sich Ihre Kunden für ein nachhaltiges Heizsystem von Buderus entscheiden, ist das dem Staat bares Geld wert. Informieren Sie sich über die Fördermöglichkeiten, unsere regenerativen Systemlösungen und Regelungen des Klimaschutzprogramms auf buderus.de/staatliche-foerderung und verweisen Sie Ihre Kunden an unsere kostenlose Beratungshotline **0800 0203000****

Buderus

Bis zu
45 %
Förderung* bei
Modernisierung
erhalten.

*In Bezug auf die förderfähigen Bruttoinvestitionskosten. Inkl. 10% OI-Austauschprämie.
**Die Mitarbeiter der Beratungshotline sind für eine kostenlose Beratung montags bis freitags zwischen 7 und 19 Uhr gebührenfrei erreichbar.

INTELLIGENTE PUMPEN FÜR MEHR KOMFORT UND EFFIZIENZ



Grundfos COMFORT PM

- Drei Modelle für alle Anwendungen — als Basismodell, mit Digitaltimer oder intelligenter AUTOADAPT™-Funktion
- Problemlose Montage
- Hocheffizienter Permanentmagnetmotor
- Integrierter Trockenlaufschutz

Grundfos ALPHA2

- Einfache Pumpeneinstellung
- Schneller Anschluss mit ALPHA-Stecker
- Sparsam durch Nachtabenkung
- Hocheffizienzpumpe (EEI ab 0,15)
- AUTOADAPT™-Funktion für optimale Energie- und Zeiteinsparung

Grundfos MAGNA3

- 220 Modelle für präzise Auslegung
- Schnelle und einfache Installation
- Hocheffizienzpumpe (EEI < 0,20)
- Einsatzbereich -10°C bis 110°C
- Einfache Einstellung durch App Grundfos GO

www.grundfos.de

be
think
innovate

GRUNDFOS

Trademarks displayed in this material, including but not limited to Grundfos, the Grundfos logo and "be think innovate" are registered trademarks owned by The Grundfos Group. All rights reserved. © 2020 Grundfos Holding A/S, all rights reserved.

VR-RATENKAUF

Kundenwünsche besser erfüllen & Umsätze steigern

Ob es um den Kauf eines Neuwagens, eines Flatscreen Fernsehers oder die Einrichtung der Küche geht: Bei größeren Anschaffungen nutzen viele Verbraucher eine Finanzierung direkt über den Händler. So eine Finanzierungsoption können SHK-Mitglieder ihren Kunden jetzt ebenfalls anbieten, zum Beispiel für die Badmodernisierung oder den Einbau einer neuen Heizung. In Kooperation mit der Volksbank ins Leben gerufen, bietet das Ratenkauf-Angebot der SHK eG, den Mitgliedern einen wichtigen Trumpf im Wettbewerb mit großen Ketten. Christian Linkiewicz, Finanzierungsexperte der Volksbank Partner GmbH, erklärt im Interview, welchen Nutzen der VR-Ratenkauf bringt und wie er funktioniert.

DIE SHK-UNTERNEHMEN GEWINNEN DURCH DEN VR-RATENKAUF OHNE GROSSEN ZUSATZAUFWAND MEHR UMSATZ UND ZUFRIEDENERE KUNDEN.

WARUM LOHNT ES SICH FÜR SHK-MITGLIEDER, IHREN KUNDEN EINE RATENKAUF-FINANZIERUNG ANZUBIETEN?

Wir beobachten, dass viele Privatkunden den Ratenkauf als „Mehrwert-Finanzierung“ nutzen, um ihre geplanten Projekte aufzuwerten. Das heißt, dass sie sich zum Beispiel in der Badeinrichtung bessere Bodenbeläge, hochwertigere Technik oder kleine Extras wie eine Dampfdusche oder ein Dusch-WC leisten. Die SHK-Unternehmen generieren hierdurch ohne großen Zusatzaufwand mehr Umsatz und zufriedenerer Kunden. Dass das SHK-Mitglied in der Lage ist, Komplettlösungen aus einer Hand – inklusive Finanzierung – anzubieten, kommt den Wünschen der Privatkunden nach einer schnellen und unkomplizierten Planung ihrer Projekte entgegen. Es erhöht außerdem die Chance auf einen Kaufabschluss. Als weiteren Vorteil sehen wir, dass das Finanzierungsangebot auch neue Kundengruppen anspricht, die eine hochwertige Badmodernisierung oder eine innovative Heiztechniklösung bisher noch nicht auf dem Schirm hatten.

WIE SIEHT DAS RATENKAUF-ANGEBOT KONKRET AUS?

Über den VR-Ratenkauf sind bis zu 30.000 Euro finanzierbar. Die Laufzeiten wählt der Kunde sehr flexibel und entsprechend seinen finanziellen Vorstellungen zwischen 12 und 84 Monaten. Der effektive Jahreszins bewegt sich je nach Laufzeit ab 1,99%. Sonderzahlungen oder eine komplette Rückzahlung sind jederzeit möglich, auch hier bekommen die Endkunden größtmögliche Flexibilität. Die Rahmenbedingungen haben wir mit der SHK eG verhandelt, daher profitieren alle Mitgliedsunternehmen von den günstigen Konditionen für ihre Kunden.

**ABSOLUTES PLUS FÜR KUNDEN.
MIT DEM FINANZIERUNGS-
ANGEBOT IST DIE HOCHWERTIGE
BADMODERNISIERUNG ODER
MODERNE HEIZTECHNIK-
LÖSUNG MÖGLICH.**

GIBT ES RISIKEN FÜR DAS SHK-MITGLIED?

Nein, im Gegenteil: Die Kreditfinanzierung gibt ihm mehrfach Sicherheit. Der Privatkunde tritt die Auszahlungsansprüche an das SHK-Unternehmen ab, das heißt, die Bank zahlt den Kreditbetrag nach Rechnungsstellung direkt an die Firma aus. Damit ist die Gefahr gebannt, dass der Kunde in Zahlungsverzug gerät oder Teile der Rechnungssumme einbehält, zum Beispiel bei kleineren Mängelrügen. Das Rückzahlungsrisiko für den Kredit trägt die Volksbank zu 100%.

WIE WERDEN SHK-MITGLIEDSUNTERNEHMEN PARTNER FÜR DEN VR-RATENKAUF?

Die Anmeldung ist denkbar einfach: Das SHK-Unternehmen setzt sich mit der Volksbank Partner GmbH in Verbindung. Dann bekommt der Ansprechpartner des SHK-Unternehmens einen Rahmenvertrag, den er unterzeichnet. Nach Vertragsschluss erhält dieser online eine Legitimations- und Plattformschulung zum VR-Ratenkauf. Im Anschluss werden die individuellen Zugangsdaten zur Verfügung gestellt und es kann sofort losgehen. In unserem Kundenservicecenter beantworten ausgebildete Bankfachleute jederzeit die Rückfragen der SHK-Unternehmen oder ihrer Privatkunden.

UND WIE LÄUFT DIE BEANTRAGUNG DES KREDITS?

Der Darlehensantrag wird in der VR-Ratenkaufplattform erfasst. Dieses Onlineverfahren haben wir für die Anwender einfach und komfortabel gestaltet. Neben Eckdaten wie Kreditsumme und gewünschte Laufzeit gibt der Anwender lediglich die persönlichen Informationen des Kunden ein. Die Schufa-Abfrage erfolgt sofort, und nach wenigen Minuten sind die Vertragsunterlagen fertig zum Ausdrucken und Unterzeichnen. Den Antrag kann der Ansprechpartner des SHK-Unternehmens rund um die Uhr, sieben Tage die Woche stellen, also auch, wenn ein Kundengespräch am Wochenende oder abends stattfindet. Bereits 48 Stunden, nachdem alle Unterlagen postalisch eingereicht sind, zahlt die Volksbank den Kreditbetrag an das SHK-Mitgliedsunternehmen aus.



Volksbank Partner GmbH
Ein Tochterunternehmen der

**Vereinigte Volksbank
Raiffeisenbank eG**

Christian Linkiewicz, Finanzierungsexperte der Volksbank Partner GmbH, erklärt im Interview, warum der VR-Ratenkauf für SHK-Mitglieder ein lohnenswertes Finanzierungsangebot ist.

VR-Ratenkauf starten

Verwirkliche Kundenwünsche und steigere deine Umsätze, indem du das Finanzierungsangebot nutzt, das wir in Kooperation mit der Volksbank für unsere SHK-Mitglieder realisiert haben. Wende dich direkt an die Händlerbetreuung der Volksbank, um deinen VR-Ratenkauf zu sichern:
Volksbank Partner GmbH
Telefon: 06061/701 4440 | Fax: 06061/701 48440
E-Mail: info@volksbank-partner.de



Was einen guten Arbeitgeber ausmacht

Arbeitgeber mit einem guten Ruf haben es einfacher, Mitarbeiter zu finden, sie müssen auch weniger Personalwechsel hinnehmen. Doch was zeichnet einen „guten Arbeitgeber“ aus? Laut Michael Heddendorp spielen eine Reihe von Faktoren eine maßgebende Rolle, wenn es um die eigene Arbeitgeberattraktivität geht. Welche das für SHK-Unternehmen sind, erklärt er uns im Detail.



PERSONALEXPORTE MICHAEL HEDDENDORP

Seit 2009 ist Michael Heddendorp in der Prozessoptimierung und im Personalmanagement für Handwerksunternehmen und Mittelständler tätig. Seine Schwerpunkte als Personalberater und Prokurist in der perema GmbH, für die er seit 2016 arbeitet, liegen vor allem im Bereich Arbeitgeberattraktivität, Personalentwicklung, Recruiting und Personalmarketing. Zusätzlich fungiert er als Auditor für die Bertelsmann Stiftung. Für uns hat er berichtet, worauf es ankommt, um nachhaltig als attraktiver Arbeitgeber zu gelten.

DIE BASIS: LEISTUNGSGERECHTE BEZAHLUNG, WERTSCHÄTZUNG UND TRANSPARENZ

Für Michael Heddendorp gehören harte und weiche Faktoren zusammen, um als attraktiver Arbeitgeber zu gelten. Eine vernünftige und leistungsgerechte Bezahlung sieht er als Grundvoraussetzung für zufriedene Beschäftigte, ebenso einen fairen und wertschätzenden Umgang mit den Mitarbeitern. Heddendorp beobachtet, dass das Thema Work-Life-Balance, zum Beispiel die Vereinbarkeit von Beruf und Familie, im Handwerk eine immer wichtigere Rolle spielt. Er empfiehlt Transparenz – bei den Arbeitszeiten ebenso wie bei unternehmerischen Entscheidungen.

KLARHEIT ÜBER DIE EIGENE SITUATION ALS BASIS FÜR VERÄNDERUNGSPROZESSE

Wer seine Rolle und sein Image als Arbeitgeber verbessern möchte, muss sich als Erstes Klarheit über seine aktuelle Situation verschaffen. Michael Heddendorp rät dazu, Schwachstellen im eigenen Betrieb zu suchen und den Verbesserungsbedarf festzustellen. Eine neutrale Sicht liefern Berater, die hilfreiches Wissen zur Entwicklung des Handwerksunternehmens beisteuern. Kurzfristiges „Troubleshooting“ zu betreiben, ist laut Michael Heddendorp ebenso wenig zielführend wie die Aktivitäten anderer Betriebe zu kopieren. Natürlich ist es sinnvoll, sich ein Bild vom Auftreten der Wettbewerber zu machen. Doch nur wer Veränderungen so anlegt, dass sie zur eigenen Firma sowie zu ihrer Struktur und Philosophie passen, wird nachhaltige Erfolge erzielen.



WER VERÄNDERUNGEN SO ANLEGT, DASS SIE ZUR EIGENEN FIRMA SOWIE ZU IHRER STRUKTUR UND PHILOSOPHIE PASSEN, WIRD NACHHALTIGE ERFOLGE ERZIELEN.

BELEGSCHAFT IN DIE ENTWICKLUNG DES UNTERNEHMENS EINBEZIEHEN

Die Betriebsangehörigen aktiv in Veränderungsprozesse und Entscheidungen einzubeziehen, schafft Vertrauen und stärkt die Teambildung. Als ersten Schritt empfiehlt Michael Heddendorp zum Beispiel, dass die Mitarbeiter ihren Aufgabenbereich selbst in einer Stellenbeschreibung niederlegen. Wenn die Vorstellungen über ihre Aufgaben stark von denen des Chefs abweichen, stimmt möglicherweise strukturell etwas nicht. Klare Strukturen bezeichnet Heddendorp als wichtige Grundlage für Sicherheit und Verlässlichkeit. Je besser jeder Einzelne versteht, welche Aufgaben er innerhalb des Teams hat und wofür seine Kollegen verantwortlich sind, desto besser funktioniert die Zusammenarbeit. Damit sinkt auch die Gefahr, dass Beschäftigte in eine innere Abwehrhaltung geraten.

BETRIEBSANGEHÖRIGE AKTIV IN VERÄNDERUNGSPROZESSE UND ENTSCHEIDUNGEN EINZUBEZIEHEN, SCHAFFT VERTRAUEN UND STÄRKT DIE TEAMBILDUNG.

TEAM- UND MITARBEITERGESPRÄCHE: EINVERNEHMEN ZU ZIELEN UND PERSPEKTIVEN

Als weiteren wichtigen Faktor für die Teambildung und das gegenseitige Verständnis nennt Michael Heddendorp eine ausgeprägte Besprechungskultur. Teambesprechungen, die zu festgelegten Zeiten stattfinden, bringen alle Kollegen regelmäßig zusammen und stellen sicher, dass jeder den gleichen Informationsstand hat, und alles erfährt, was wichtig ist. Auch Probleme mit den Kollegen oder Chefs kommen hier auf den Tisch und werden nicht auf die lange Bank geschoben. Neben den regelmäßigen Zusammenkünften betont Heddendorp die Bedeutung von jährlichen Mitarbeitergesprächen. Der Chef oder Abteilungsleiter kündigt sie mit einem Vorlauf von ein paar Wochen an, um den Kollegen genügend Zeit zur Vorbereitung zu geben. Eine gute Unterstützung erhalten sie, wenn der Chef ihnen vorab die Themen mitteilt oder einen Fragenkatalog an die Hand gibt, zum Beispiel zu ihren Leistungen, zu den Zielen fürs kommende Jahr oder zu ihrem Entwicklungsbedarf und Weiterbildungswünschen. Auch das Verhältnis zu den Kollegen im Team und zum Chef spielt im Jahresgespräch eine Rolle. Wichtige Ergebnisse werden in schriftlicher Form festgehalten.



ENTWICKLUNGSMÖGLICHKEITEN AUFZEIGEN, WEITERBILDUNGSWÜNSCHE ABFRAGEN

Arbeitnehmer brauchen Perspektiven. Eine wichtige Voraussetzung dafür ist, dass die Geschäftsleitung ein klares Bild davon hat, welche personellen Ressourcen im Betrieb vorhanden sind und welche Fähigkeiten und Kenntnisse sie für künftige Entwicklungen benötigt. „So bleibt der Unternehmer handlungsfähig, wenn Angestellte absehbar in Rente gehen, die Firma wächst oder bestimmte Bereiche gezielt ausgebaut werden“, erklärt Michael Heddendorp. Auch hier sind die Mitarbeitergespräche ein gutes Instrument, um gezielt abzufragen, was sich jeder Einzelne zutraut und wo er sich in Zukunft sieht. Mit einem engen Kontakt zu den Kollegen behalten Geschäftsführer oder Abteilungsleiter selbst den Überblick über die besonderen Fähigkeiten und Talente ihrer Beschäftigten. Das ist eine gute Basis, um das bestehende Personal mit den unternehmerischen Potenzialen und Zielen abzugleichen. Weiterbildungsmöglichkeiten sind motivierend und sichern dem Betrieb zusätzliche Qualifikationen. Entsprechende Angebote gehören daher zu einer guten Personalführung. Das darf auch bei guter Auftragslage und hoher Auslastung des Betriebes nicht unter den Tisch fallen.

TEAMBILDUNG GEHT ÜBER DEN BETRIEBSALLTAG HINAUS

Ob Sommerfest, Fußballturnier oder gemeinsamer Ausflug in den Hochseilgarten: Aktivitäten jenseits des Alltagsgeschäfts tragen zur Teambildung bei. Sie verbessern das Betriebsklima und stärken den Zusammenhalt. Michael Heddendorp empfiehlt, gerade hier die Kollegen und das Team mit einzubeziehen, statt gemeinsame Freizeitaktivitäten von oben zu verordnen. Am besten funktionieren Ideen, die aus der Belegschaft kommen und im Team organisiert werden. Das Budget stellt natürlich der Betrieb.

ANERKANNTE QUALITÄTSSIEGEL STÄRKEN DAS IMAGE ALS GUTER ARBEITGEBER

Mit Arbeitgeber-Siegeln zeigen Unternehmen ihre Arbeitnehmerfreundlichkeit sichtbar nach außen. Aufgrund des starken Wettbewerbs um Fachkräfte mit anderen Handwerkern und größeren Industrieunternehmen ist es laut Michael Heddendorp auch für SHK-Unternehmen ratsam, solche Zertifizierungen anzustreben. Sie geben Bewerbern Orientierung und finden bei der Stellensuche Beachtung. Es gibt heute eine Vielzahl solcher Labels. 22 Arbeitgeber-Siegel, die für Handwerksbetriebe interessant sind, listet z. B. eine Marktübersicht des „handwerk.magazin“ auf. Die Aufwände zur Erlangung eines Siegels unterscheiden sich stark. Bei einigen sind zeitintensive Zertifizierungsprozesse im Unternehmen erforderlich, bei anderen nur Selbstauskünfte und -verpflichtungen oder Online-Mitarbeiterbewertungen. Aufwendigere Verfahren sind glaubwürdiger und lohnen sich doppelt. Sie setzen ein Zeichen

Mitglieder kompetent weiterentwickeln

Ob im Jahresgespräch oder während der Zertifizierung für DIE BADGESTALTER oder für DIE HEIZUNGSGESTALTER – dein Key-Account Ansprechpartner im Außendienst unterstützt dich fachkundig bei der Analyse deines Unternehmens. Eine erfolgreich abgeschlossene Qualitätsschulung und Weiterbildung zum internen Auditor von der Deutschen Gesellschaft für Qualität, ermöglicht unseren Key-Accounts das Weiterentwicklungspotenzial deiner Firma noch besser sichtbar zu machen und lösungsorientierte Wege aufzuzeigen. Mehr Informationen dazu liefert dir dein Key-Account Ansprechpartner.

EIN UNTERNEHMEN IST GUT FÜR
DIE ZUKUNFT AUFGESTELLT, WENN
MITARBEITER DIE MÖGLICHKEIT
ZUR WEITERENTWICKLUNG HABEN
UND VORHANDENE RESSOURCEN
SINNVOLL ZUM EINSATZ KOMMEN.

Qualitätssiegel für das eigene Unternehmen

Du führst in naher Zukunft dein Zertifizierungsverfahren für die Marke DIE BADGESTALTER oder DIE HEIZUNGSGESTALTER durch? Im Rahmen dieses Prozesses hast du die Möglichkeit, dich zeitgleich für das Qualitätssiegel „Familienfreundlicher Arbeitgeber“ zu zertifizieren. Durch Erlangen des anerkannten Siegels signalisierst du nach außen, dass dein Unternehmen für Mitarbeiter eine gute Vereinbarkeit von Familie und Beruf bietet. Du möchtest mehr erfahren? Dein Ansprechpartner im Außendienst ist gern für dich da.



nach außen und bringen Veränderungsprozesse nach innen in Gang. Personalberater Michael Heddendorp, der auch als Auditor für die Bertelsmann Stiftung fungiert, bietet das Prüfverfahren für die Auszeichnung als „Familienfreundlicher Arbeitgeber“ an. Das von der Bertelsmann Stiftung entwickelte und gut etablierte Verfahren stellt den Status quo durch Arbeitgeber- und Mitarbeiterbefragungen fest. Um Optimierungsstrategien entwickeln zu können, unterstützt es darüber hinaus den Betrieb mit einem Workshop sowie einem Handbuch mit Auswertungen und Berichten.

ATTRAKTIVITÄT FÜR POTENZIELLE MITARBEITER SICHTBAR NACH AUSSEN TRAGEN

Stellenanzeigen alleine sind heute nicht mehr ausreichend, um neue Mitarbeiter zu begeistern, erklärt Michael Heddendorp. Gemäß der alten PR-Weisheit „Tue Gutes und rede darüber“ tragen aktive Betriebe ihre Stärken auch auf anderen Kanälen nach außen. Die eigene Website, Social-Media-Kanäle und Pressearbeit in den regionalen Medien bieten vielfältige Möglichkeiten deutlich zu machen, was den Betrieb als Arbeitgeber auszeichnet und warum es sich lohnt, genau hier eine berufliche Zukunft zu suchen.

hansgrohe



WIR TESTEN HÄRTER, DAMIT DU'S LEICHTER HAST.

Auf zwei Dinge ist Verlass: Deine Handwerkskunst und unsere Qualitätsstandards. Deshalb sind unsere Produkte so langlebig und ihr Einsatz so sicher. Das sagen wir nicht bloß, sondern testen es auch. Kompromisslos hart und derart umfassend, dass das Ergebnis restlos begeistert - Dich und Deine Kunden. Dazu gibt es eine 5-jährige* Produkt- sowie eine 15-jährige Nachkaufgarantie für Ersatzteile. Und unser ganzes Team, das dauerhaft für Dich da ist.

Was können wir für Dich tun?
pro.hansgrohe.de/handwerk

Stärker für Handwerker: **hansgrohe**

*) Mehr unter pro.hansgrohe.de/handwerk

WIR GEBEN MEHR
FÜRS HANDWERK

Jetzt Grillfest für Dich und
Dein Team inkl. Weber-Grillset
gewinnen!*

zehnder

always the
best climate

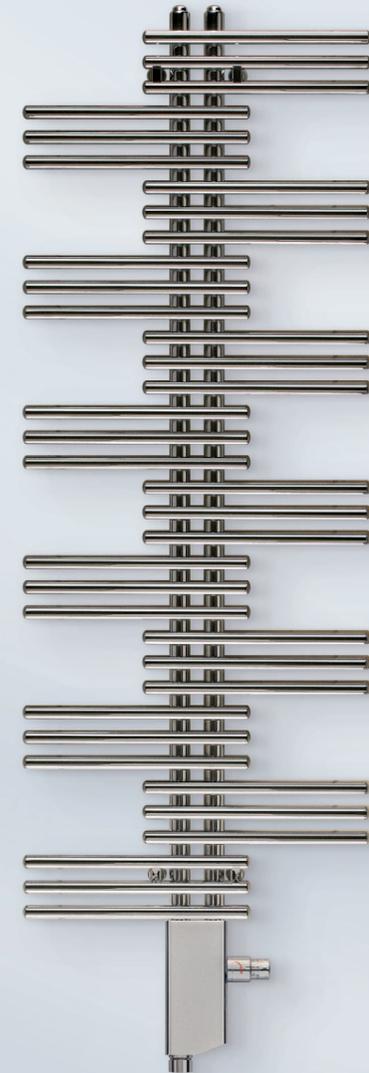
Immer das beste Klima für

FÜR WASCHLAPPEN. UND ECHE KLERE.

Zehnder Yucca: Der Bad-Heizkörper für alles und jeden.

- Leichtes und filigranes Design setzt ästhetische Akzente
- Ideal zum Aufhängen von Badtextilien
- Dank geringer Bautiefe auch für schmale Räume geeignet
- In verschiedenen Ausführungen erhältlich

www.zehnder-systems.de/yucca



25
JAHRE
ZEHNDER
YUCCA



PERSONAL – MITGLIEDER-ERFAHRUNG

TEEZEIT UND HERZLICHKEIT BEI LIENEMANN

MORGENS UM ZEHN UND NACHMITTAGS UM DREI UHR TREFFEN SICH ALLE, DIE GERADE ANWESEND SIND, AUF EINE FRISCH GEBRÜHTE TASSE TEE UND EINEN KURZEN KLÖNSCHNACK. KLUNTJE (KANDIS) UND EIN SCHUSS FRISCHE SAHNE DÜRFEN DABEI NICHT FEHLEN.

PERSÖNLICHE KONTAKTE SIND GOLD WERT

Trotz des Fachkräftemangels, den Albert Lienemann auch in seiner Region spürt, ist die Firma in den letzten Jahren unter anderem durch eine Firmenübernahme auf 50 Mitarbeiter gewachsen. Eine wichtige Rolle in der Personalsuche spielen für ihn persönliche Kontakte. Er freut sich, dass es immer wieder gelingt, Fachkräfte über Empfehlungen von Mitarbeitern zu finden. Auch in den sozialen Medien misst er der persönlichen Komponente eine große Bedeutung bei. Auf Facebook und Co. veröffentlicht er aktuelle Stellenanzeigen und lässt Auszubildende, Praktikanten oder Mitarbeiter selbst zu Wort kommen. Das kommt gut an und wirkt lebendig und authentisch. „Die Posts sprechen Bewerber überzeugender an

als jede Annonce“, betont Herr Lienemann. Daneben nutzt er alle klassischen Wege der Personalsuche – das Arbeitsamt, Zeitungsanzeigen, regionale Ausbildungsbörsen, die Zusammenarbeit mit Schulen, Berufsschulkontakte oder Berufspraktika.

REGIONAL VERWURZELT UND WELTOFFEN

Man sagt den Ostfriesen nach, sie seien regional verwurzelt, aber weltoffen. Das gilt auch für den Betrieb von Albert Lienemann. Unter anderem beschäftigt er Mitarbeiter aus Syrien und Polen sowie einen Kurden. „Uns ist egal, wo die Menschen herkommen, denn Handwerk verbindet“, so die Überzeugung des Geschäftsführers.



LIENEMANN

Teezeit und Herzlichkeit bei Lienemann

Die Firma Lienemann ist ein echtes ostfriesisches Urgestein – die Wurzeln des Unternehmens reichen zurück bis ins Jahr 1888. Geschäftsführer Albert Lienemann leitet das Unternehmen in vierter Generation und begrüßt Kunden wie Mitarbeiter regionaltypisch mit einem herzlichen „Moin“. Friesische Lebensart gehört zur Philosophie des Unternehmens ebenso wie das gute Betriebsklima und ein freundliches Miteinander im Team. Morgens um zehn und nachmittags um drei Uhr treffen sich alle, die gerade anwesend sind, auf eine frisch gebrühte Tasse Tee und einen kurzen Klönschnack. Kluntje (Kandis) und ein Schuss frische Sahne dürfen dabei nicht fehlen.

DIE FRIESISCHE LEBENSART UND DAS HERZLICHE MITEINANDER STEHEN FÜR DIE BESONDERE UNTERNEHMENSPHILOSOPHIE.

WERTSCHÄTZUNG UND FAIRE BEZAHLUNG

Der Bindung der Mitarbeiter misst Albert Lienemann große Bedeutung zu. Dazu gehören für ihn Fairness und Partnerschaft im Alltag ebenso wie eine vernünftige Bezahlung und die Anerkennung guter Leistungen. Er lässt seinen Leuten große Freiräume und unterstützt sie aktiv, wenn sie sich in Weiterbildungen höher qualifizieren möchten.



Die Firma Lienemann wuchs in den letzten Jahren dank Firmenübernahme und erfolgreicher Personalsuche auf 50 Mitarbeiter an.

ROSTAN

Crash-Kurs beschert Azubis einen smarten Einstieg

Gerade in den ersten Wochen prasselt auf Auszubildende im SHK-Handwerk jede Menge Neues ein. Bis sie sich eingewöhnt haben und sicher fühlen, kann einige Zeit vergehen. „Geht das nicht besser?“, fragte sich Pascal Rostan aus der Geschäftsleitung der Rostan GmbH. Der Handwerksbetrieb aus Oberdingen im Kraichgau hat seit der Gründung im Jahr 1958 schon über 60 junge Menschen für das Handwerk gewonnen und erfolgreich ausgebildet. Mit Begeisterung für neue Ideen entwickelte Ausbilder Steffen Jourdan das Konzept für die Crash-Kurs-Woche. Die smarte Idee: Auf spielerische Weise erhalten die Azubis wichtiges Rüstzeug, um direkt durchzustarten.

MIT FREUDE IN DIE AUSBILDUNG STARTEN

„Auszubildende im ersten Lehrjahr haben oft Schwierigkeiten, sich effektiv in den Arbeitsalltag einzubringen“, schildert Pascal Rostan: „Durch die wöchentlichen Präsenztage dauert es recht lange, bis ein fundiertes Grundwissen vorhanden ist.“ Diese Wissenslücken schließt der Crash-Kurs. In kompakter Form erfahren die Azubis alles, was sie zu den wichtigsten Werkzeugen und zum Thema Arbeitssicherheit wissen sollen. Auf welchem Regalplatz findet sich welcher Artikel? Bei der Lagerallye verschafft sich der Berufsnachwuchs auf kurzweilige Weise einen Überblick.

MEHR LERNBEREITSCHAFT UND MEHR MOTIVATION

Der erste Crash-Kurs sorgte nicht nur für viel Spaß, sondern brachte auch viele neue Erkenntnisse, worauf es bei einer modernen Ausbildung im SHK-Handwerk ankommt. „Die Rückmeldung unserer Monteure zeigt, dass die Azubis viel schneller in den Arbeitsalltag integriert werden“, freut sich Rostan: „Ebenso berichten sie von mehr Lernbereitschaft und einer höheren Motivation.“



PERSONAL – MITGLIEDER-ERFAHRUNG

CRASH-KURS BESCHERT AZUBIS EINEN SMARTEN EINSTIEG

TALENTEN EINE VERDIENTE CHANCE GEBEN

Ausbildung wird bei dem Familienbetrieb mit seinen rund 30 Mitarbeitern großgeschrieben. Das Ziel lautet, junge Talente frühzeitig zu gewinnen und dauerhaft an den Betrieb zu binden. Denn gute Fachkräfte zu finden, ist auch im Landkreis Karlsruhe eine immer größere Herausforderung. „Jedes Jahr möchten wir mindestens zwei bis drei SHK Anlagenmechaniker ausbilden. Dieses Jahr hatten wir echtes Glück mit fünf tollen Bewerbern. Deshalb haben wir allen die Chance gegeben, diesen spannenden und abwechslungsreichen Beruf erlernen zu können“, erklärt Pascal Rostan.

Auf spielerische Weise nötiges Wissen vermitteln: Das gelang der Rostan GmbH mit ihrer Azubi Crash-Kurs-Woche. Kompakt aufbereitet, lernten die Azubis hier wichtige Basics rund um Werkzeuge und Arbeitssicherheit.

WIR-GEFÜHL SCHAFFEN UND STÄRKEN

Abwechslung ist Trumpf bei der Ausbildung: Die angehenden Fachkräfte lernen das gesamte Leistungsspektrum im privaten und gewerblichen Bereich kennen. Ausbilder Steffen Jourdan ist Vertrauensperson und erster Ansprechpartner bei allen Fragen oder auch mal Problemen. „Teamwork liegt uns am Herzen, das erfahren die Azubis ab dem ersten Tag“, erklärt dazu Pascal Rostan. Zum Wir-Gefühl tragen auch gemeinsame Aktivitäten wie Ausflüge oder Feiern bei. Umso mehr bedauert er, dass wegen Corona 2020 die bewährten Azubi-Austausch-Treffen nur eingeschränkt möglich waren.

AUF ALLEN KANÄLEN PRÄSENT UND AKTIV

Um junge Menschen für das SHK-Handwerk und den eigenen Betrieb zu begeistern, werden alle Kommunikationswege genutzt. Print- und Onlinemedien zählen ebenso dazu wie Facebook und Instagram. An der eigenen Bekanntheit und einem guten Ruf als Ausbildungsunternehmen zu arbeiten, zahlt sich aus, ist Pascal Rostan überzeugt: „Oft finden gute Bewerber über Mundpropaganda und persönliche Empfehlungen zu uns – das freut uns jedes Mal sehr.“



Für das Team der Geschäftsführung (v.l.n.r.: Pascal Rostan, Jürgen Rostan) gilt das Ziel: Junge Talente frühzeitig gewinnen und dauerhaft an den Betrieb binden.

AUSBILDUNG SCHREIBT DER FAMILIENBETRIEB MIT SEINEN RUND 30 MITARBEITERN GROSS.



WEIL DAS ALTE GEBÄUDE VON SCHACHT & BREDERLOW AUS ALLEN NÄHTEN PLATZT, STEHT 2021 EIN NEUBAU IN DER VIERFACHEN GRÖSSE DES FIRMENSITZES AN. ER BIETET RESERVEN FÜR WEITERES WACHSTUM UND GENÜGENDE PLATZ FÜR ALLE 20 FIRMENFAHRZEUGE.



Die Erfolgsformel von Geschäftsführer Jens Furchtmann: Flache Hierarchien, große Entscheidungsfreiheit und attraktive Mitarbeiter Vorteile.

SCHACHT & BREDERLOW

Mit kaufmännischem Weitblick wachsen

Als Jens Furchtmann das 1984 gegründete Unternehmen Schacht & Brederlow im Jahr 2010 übernahm, wusste er von Anfang an, dass er mit seinem kaufmännischen Erfahrungsschatz vieles anders angehen wird als klassische Handwerksbetriebe. Das Unternehmen hat er mit flachen Hierarchien und Abteilungsleitern organisiert, dem einzelnen Mitarbeiter gewährt er innerhalb seines Aufgabenbereiches große Entscheidungsfreiheit. „Das finde ich sehr wichtig für die Motivation der Beschäftigten“, betont er. Dass die Strategie des geschäftsführenden Gesellschafters aufgeht, zeigt sein Erfolg. Das Team hat sich binnen 10 Jahren fast verdoppelt auf heute 42 Mitarbeiter. Weil das alte Gebäude bereits aus allen Nähten platzt, steht im kommenden Jahr ein Neubau in der vierfachen Größe des heutigen Firmensitzes an. Er bietet Reserven für weiteres Wachstum – und „endlich genug Platz für unsere 20 Firmenfahrzeuge“, erzählt mit voller Begeisterung Jens Furchtmann.



Ob Massage-Angebot oder gemeinsame Radtouren: Für das Wohl seiner Mitarbeiter sorgt Jens Furchtmann.

ATTRAKTIVES KONZEPT DER LOHNOPTIMIERUNG FÜR DIE BELEGSCHAFT

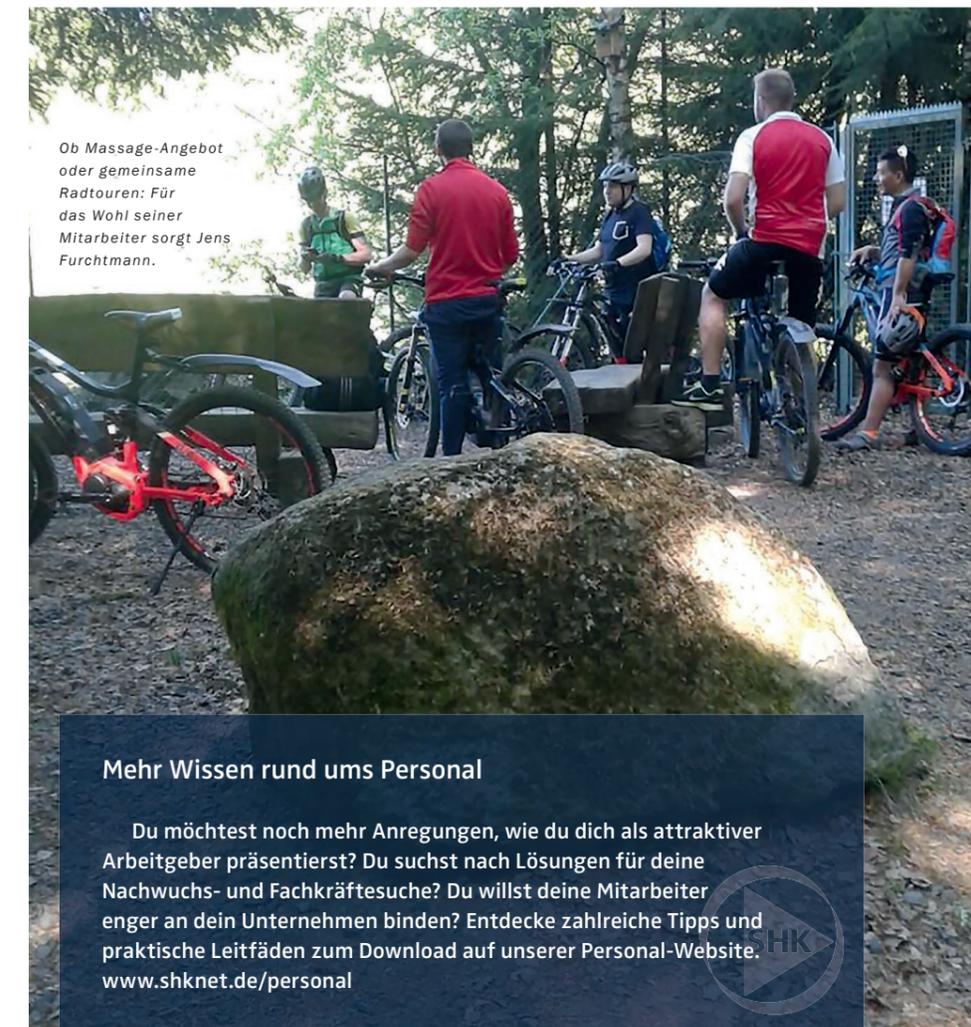
Deutlich wird der kaufmännische Ansatz besonders bei der Entlohnung. „Was nutzen Lohnerhöhungen, die nicht bei meinen Mitarbeitern ankommen?“, fragte er sich als kühler Rechner. Die Antwort ist ein Konzept der Lohnoptimierung, bei dem jeder Mitarbeiter möglichst viel Netto vom Brutto erhält. Wegen der Komplexität des Themas hat er das Konzept mit einem

externen Steuerberater ausgearbeitet, der zwei Tage in die Firma kam und mit allen Mitarbeitern ein ausführliches Gespräch geführt hat. Kernstück ist das Angebot an die Belegschaft, Sachleistungen oder Zahlungen zu nutzen, die das Finanzamt nicht als geldwerte Leistung anrechnet. Jens Furchtmann nennt Beispiele: „Jeder Mitarbeiter bekommt eine Mastercard, auf die wir monatlich 40 Euro buchen, sowie tägliches Essensgeld. Auf Wunsch übernehmen wir auch die private Handyrechnung.“ Zusätzlich bietet er den Abschluss einer privaten Krankenversicherung an, mit denen der Mitarbeiter bei einem Krankenhausaufenthalt den Status als Privatpatient genießt. Das Konzept nehmen die Mitarbeiter gerne an. Abgerundet werden die kleinen Extras durch Firmen-E-Bikes, die jeder nutzen kann. Einmal die Woche kommt ein Masseur

ins Haus, bei dem die Beschäftigten einen Termin buchen können. „Die Mitarbeiter fühlen sich bei uns rundum wohl“, erklärt Jens Furchtmann.

GUTES IMAGE UNTERSTÜTZT DIE PERSONALGEWINNUNG

„Junge Leute achten heute darauf, wie ein Betrieb sich darstellt und wie er in der Öffentlichkeit wirkt“, sagt Jens Furchtmann. Dass sein Unternehmen ein gutes Image in der Region genießt und dass die Mitarbeiter den Ruf auch nach außen tragen, sieht er als wichtige Voraussetzung für das personelle Wachstum des Unternehmens.



Mehr Wissen rund ums Personal

Du möchtest noch mehr Anregungen, wie du dich als attraktiver Arbeitgeber präsentierst? Du suchst nach Lösungen für deine Nachwuchs- und Fachkräftesuche? Du willst deine Mitarbeiter enger an dein Unternehmen binden? Entdecke zahlreiche Tipps und praktische Leitfäden zum Download auf unserer Personal-Website. www.shknet.de/personal



Vom **Mut** den eigenen **Erfolgsweg** zu gehen

Wer einen Handwerksbetrieb aus dem Nichts aufbaut, hat alle Chancen, Abläufe und Prozesse einzuführen, die auf die eigene Vision einzahlen. Für Benjamin Sommer liegt darin ein wesentlicher Erfolgsfaktor der CBC Haustechnik: „Zum Start haben wir uns auf die Fahne geschrieben, ganz bewusst unseren eigenen Weg zu gehen. Offene Strukturen, viele Freiheiten für die Mitarbeiter, dynamische Abläufe – diese Werte waren und sind für uns goldrichtig.“ Gemeinsam mit seinen Co-Geschäftsführern Christian Rußmann und Christian Groth gründete Benjamin Sommer Mitte 2016 den Betrieb im niedersächsischen Braunschweig.

VON NULL AUF 21 MITARBEITER

Groth und Rußmann arbeiteten vorher bei einem angestammten lokalen Betrieb, der Insolvenz anmelden musste. Kurzerhand wagten sie den Sprung in die Selbstständigkeit. Zunächst nur zu dritt, vier Jahre später bereits mit 21 Mitarbeitern. CBC steht als Abkürzung für die Vornamen der drei – und ist zugleich in der Region zum Synonym für ein modernes und dynamisches Handwerksunternehmen geworden. So jung wie der Betrieb ist auch die schnell wachsende Belegschaft. „Dass wir so viele junge Monteure haben, macht uns wiederum bei anderen Bewerbern besonders attraktiv“, ist sich Sommer sicher. „Wir freuen uns über jeden Schulabgänger, den wir für das Handwerk begeistern können.“



PERSONAL – MITGLIEDER-ERFAHRUNG

VOM MUT DEN EIGENEN ERFOLGSWEG ZU GEHEN

GUTE UND LANGFRISTIGE PERSPEKTIVEN BIETEN

Bei der Rekrutierung neuer Mitarbeiter setzt CBC auf persönliche Kontakte, Empfehlungen und handfeste Mehrwerte: „Wir wollen jedem Mitarbeiter eine langfristige Perspektive bieten und sie entsprechend ihrer Stärken weiterqualifizieren, zum Beispiel als Kundendiensttechniker. Das ist eine Chance für den einzelnen Mitarbeiter, bringt uns aber auch als Betrieb insgesamt voran.“ Auch beim Berufseinstieg geht Sommer bewusst eigene Wege: „Mit Vorliebe bieten wir längere Praktika über mehrere Monate an.“ Nur so erhalten die Bewerber umfassende Einblicke und können ent-

CBC steht als Abkürzung für die Vornamen der drei Geschäftsführer des niedersächsischen Betriebes – es steht zugleich in der Region als Synonym für ein modernes Handwerksunternehmen.

VIELE FREIHEITEN FÜR DIE MITARBEITER, DYNAMISCHE ABLÄUFE & OFFENE STRUKTUREN – DIESE WERTE LEBT CBC.

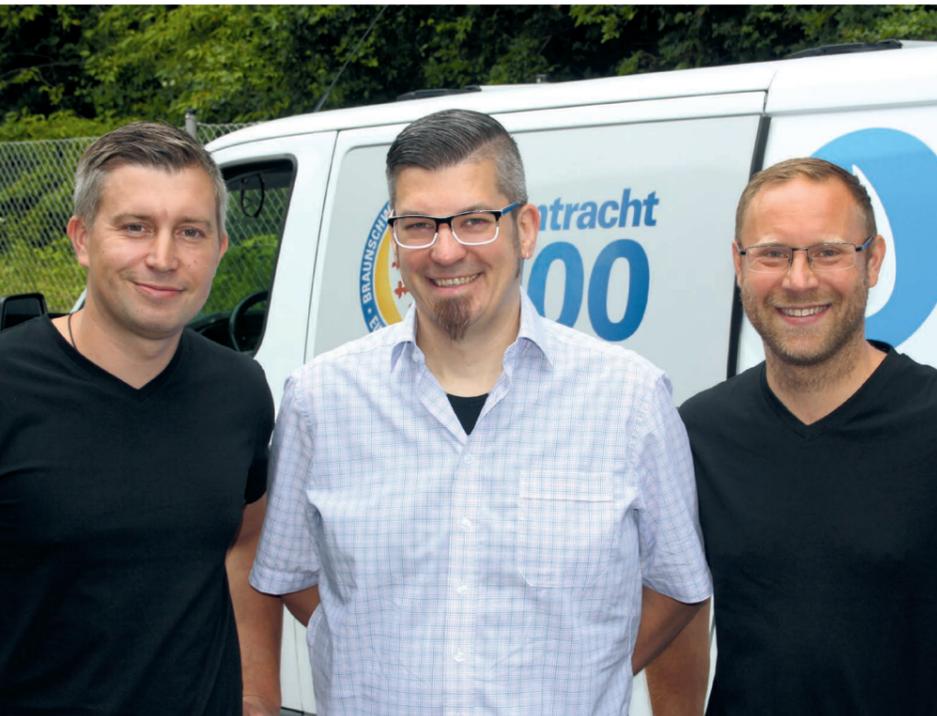
scheiden, ob der Beruf das Richtige für sie ist. „Einer unserer Langzeitpraktikanten zum Beispiel ist jetzt Azubi im zweiten Lehrjahr und ein brillanter Mitarbeiter.“

JUNGES TEAM MIT VIEL EIGENVERANTWORTUNG

Schnelle Entscheidungswege, flache Hierarchien und viel Eigenverantwortung sind dem Geschäftsführer im Miteinander wichtig. Mit einer übertariflichen Entlohnung schafft CBC weitere Anreize. Und selbstverständlich darf bei einem so

jungen Team auch der Spaß nicht zu kurz kommen. Gemeinsame Feste fördern den Teamgeist ebenso wie Freizeitaktivitäten und Ausflüge. Ehrensache, dass auch dabei die Weiterbildung nicht zu kurz kommt, berichtet Sommer mit einem Lächeln: „Eine Tour in die Berge haben wir zum Beispiel mit einem Werksbesuch bei Geberit in Pfullendorf kombiniert. Dort haben wir uns mit Abwasserhydraulik beschäftigt. Unsere jungen Leute waren von den praktischen Eindrücken rundweg begeistert.“

2016 mit drei Personen gestartet, wuchs die CBC Haustechnik GmbH vier Jahre später auf 21 Mitarbeiter an.



LOTTER

Mit Sympathiekampagne um Mitarbeiter werben

Lotter Haustechnik aus Pfreimd in der Oberpfalz setzt bei der Suche nach Mitarbeitern und Auszubildenden auf den Sympathiefaktor – und auf professionelle Unterstützung. Andreas Lotter, der das Familienunternehmen mit 27 Mitarbeitern in dritter Generation führt, entwickelt mithilfe einer Werbeagentur Facebook-Anzeigen und -filme, die den Usern gute Gründe liefern, um bei Lotter anzuheuern. Sie illustrieren in witzigen Animationen, was die Firma zu bieten hat, zum Beispiel: „Wertschätzung für deine Arbeit“, „regelmäßige Fort- und Weiterbildungen“ oder „eine leistungsgerechte Bezahlung und starke Sozialleistungen“. Die Anzeigen werden begleitet von Film-Einspielern, in denen sich Mitarbeiter und Chefs vorstellen, erste Einblicke in die Firma geben und Bewerbungskandidaten charmant zum Mitmachen bei Lotter einladen.

EXTRA WEBSITE ERLEICHTERT DIE BEWERBUNG

Von den Anzeigen führt ein Direktlink zu einer extra Website, die den potenziellen Bewerbern die Kontaktaufnahme sehr leicht macht. Auf der ersten Seite der Landingpage findet der Interessent alle Informationen, um sich online zu bewerben: Infos über das Unternehmen Lotter, die offene Position sowie die Aufforderung sich zu bewerben. Die Bewerbung mittels eines digitalen „Funnel“ durchzuführen, bietet dem Unternehmen die Möglichkeit, den Bewerbungsprozess zu vereinfachen und schneller geeignete Mitarbeiter zu finden. Für den Interessenten ist es leicht, seine Bewerbung abzugeben, ohne Bewerbungsschreiben oder andere Hürden. Er wird aufgefordert, ein paar Fragen zu seiner Ausbildung, seinem Berufshintergrund und seinen Zielen einfach per Mausklick zu beantworten. Mit der Eingabe von Name, E-Mail und Telefonnummer landet er im Bewerberpool und bekommt sofort eine Kontaktnachricht per E-Mail.

PERSÖNLICHE ANSPRACHE AUF FACEBOOK ÜBERTRAGEN

Bisher hatte die Personalsuche, wie bei vielen Betrieben am besten über persönliche Kontakte, das Engagement in Schulen und Praktikumsangebote funktioniert, berichtet Michael Zimmerer, Kundendienstleiter der Lotter Haustechnik GmbH. Im direkten Kontakt punktet die Firma mit Sympathie und Fairness – und diesen Persönlichkeitsfaktor möchte das Unternehmen Lotter auch über die „Sympathiekampagne“ auf Facebook vermitteln. Mit Erfolg, wie Michael Zimmerer betont: „Die Monteure, die wir als Letztes eingestellt haben, kamen über die Anzeigen zu uns.“

Andreas Lotter setzt bei der Personalsuche auf den Sympathiefaktor. Er entwickelte mit einer Werbeagentur Facebook-Aktionen, die gute Gründe liefern, um bei ihm neuer Mitarbeiter zu werden.

Eigene Unternehmenspräsenz auf Facebook

Du willst deinem Unternehmen durch eine eigene Facebook-Seite ein Gesicht geben? Nutze über unser Marketingportal das Angebot, dass Experten für dich einen professionellen und rechtlich einwandfreien Facebook-Account einrichten. Damit gelingt es dir, deine Online-Reichweite auszubauen und in direkten Kontakt mit Menschen zu treten, die sich für dein Unternehmen interessieren. Außerdem erreichst du damit zielführend potenzielle Mitarbeiter. www.shk-marketingportal.de



IN DER EHEMALIGEN LANDGRAFENSTADT PFREIMD IN DER OBERPFALZ BEFINDET SICH DER SITZ DER LOTTER HAUSTECHNIK GMBH.



MIT DEM ZUKAUF DES
SANITÄR-HEIZUNGSBETRIEBES BERGMANN
ERWEITERTE PRUNS & HARMS AUF EINEN
SCHLAG IHRE BELEGSCHAFT UM MEHR ALS
50% - VON 22 AUF 35 MITARBEITER.

PERSONAL – MITGLIEDER-ERFAHRUNG

NEUE MITARBEITER OPTIMAL AN BORD HOLEN

die Übernahme kam für uns zum perfekten Zeitpunkt“, schildert Stephan Harms weiter. Nur wie wachsen zwei separate Teams mit ihren jeweiligen Arbeitsweisen und Abläufen zu einer Mannschaft zusammen? Harms setzte bewusst auf Werte wie Transparenz, Vertrauen und Kommunikation: „Wir haben uns sehr viel Zeit für individuelle Gespräche genommen, um den neuen Mitarbeitern unser Unternehmen und unser Konzept vorzustellen. Offenheit und Information stehen bei einem kollegialen Miteinander für mich an erster Stelle.“

Stärke sind die flachen Teamstrukturen. Die Monteure sollen und dürfen eigenverantwortlich Entscheidungen treffen“, erläutert Harms sein Führungskonzept.

FLACHE STRUKTUREN IM TEAM FÖRDERN MEHR EIGENVERANTWORTUNG

Die gründliche und durchdachte Vorbereitung der Übernahme hat sich ausgezahlt. „Wir haben keinen einzigen der Mitarbeiter verloren. Im Gegenteil, es gibt viel positives Feedback zu unserer Arbeitsweise und der modernen Ausstattung unseres Betriebes“, schildert der Geschäftsführer. „Unsere

EVENTS SCHWEISSEN DAS TEAM ZUSAMMEN

Mindestens einmal pro Quartal finden große Besprechungen des Gesamt-Teams statt, aber auch zwischendurch im Tagesgeschäft wird viel miteinander geredet. Neben dem fachlichen Austausch ist Stephan Harms die emotionale Bindung zum Unternehmen genauso wichtig: „Events wie unser Sommerfest, das im Jahr 2020 wegen Corona leider ausfallen musste, tragen erheblich zum Wir-Gefühl bei.“ Eine gute Tradition ist auch der alljährliche Belegschaftsausflug, der über zwei bis drei Tage geht. Die Chefs stellen das Budget zur Verfügung, die Planung übernehmen die Mitarbeiter in Eigenregie.

Für die Geschäftsführer Stephan und Marco Harms war die Übernahme ein Glücksfall: Die Auftragsbücher sind voll und durch die personelle Verstärkung packen alle gemeinsam im Team kommende Projekte an.



PRUNS & HARMS

Neue Mitarbeiter optimal an Bord holen

Aus seiner langjährigen Erfahrung als Unternehmer weiß Stephan Harms: Ein bisschen Zufall braucht es auch für den Erfolg. Der Geschäftsführer der Pruns & Harms GmbH aus Ammersbek bei Hamburg zögerte daher nicht lange, als er von der Situation beim regionalen Sanitär-Heizungsbetrieb Bergmann erfuhr. „Die geplante Nachfolgeregelung kam kurzfristig doch nicht zustande. Für uns eröffnete sich die Chance, mit dem altersbedingt ausscheidenden Inhaber über eine Übernahme zu sprechen“, erklärt Harms: „Schnell stellten wir fest, dass wir auf einer Wellenlänge liegen.“ Gesagt, getan: Mit dem Zukauf hat das 1979 gegründete Handwerksunternehmen auf einen Schlag seine Belegschaft um mehr als 50% erweitert – von 22 auf 35 Mitarbeiter. Bei der Integration der neuen Teammitglieder überließen die Geschäftsführer Stephan und Marco Harms hingegen nichts dem Zufall.

Offenheit, Vertrauen und Kommunikation stehen für Stephan Harms an erster Stelle, um alle Mitarbeiter optimal zu integrieren.



PRUNS & HARMS SETZT BEWUSST AUF WERTE WIE TRANSPARENZ, VERTRAUEN UND KOMMUNIKATION.

INFORMATION UND OFFENHEIT STEHEN GANZ OBEN

Für Pruns & Harms ist die Übernahme ein Glücksfall: Die Auftragsbücher sind voll, die Geschäfte im Hamburger Speckgürtel laufen sehr gut. „Viel schwieriger ist es für uns, den wachsenden Bedarf an Fachpersonal zu decken – auch wenn wir viel Energie in das Azubi-Recruiting und die Mitarbeiterbindung investieren. Die Verstärkung durch



fima | CARLO FRATTINI®
r u b i n e t t e r i e

THINK **BIG**
THINK
SO



4 TIMES
AWARD
WINNER



DESIGN PLUS
powered by: ISH

SANIPA
Villeroy & Boch Group

Pure Wohnlichkeit.

Vindo

Vindo öffnet den Raum für individuelle Gestaltung. Geschickt abgestimmte Oberflächen, die angenehme Haptik und die feine Linienführung ergeben ein Möbel, das gleichermaßen dem Design und der Funktion gerecht wird. Stimmig bis ins Detail.



www.sanipa.de



Villeroy & Boch
1748

Erleben Sie ein Bad, das Funktionalität und Design auf stilvolle Weise vereint: VILLEROYBOCH.COM/COLLARO

ONLINE-MARKETING

Wie das Handwerk Kunden im Internet für sich gewinnt

Vor allem bei kostenintensiveren Hausprojekten verschafft sich der Suchende oft als Erstes im Internet einen Überblick über die Anbieter in seiner Umgebung. Was jetzt zählt, ist ein perfekter Eindruck. Das gelingt mit digitalen Maßnahmen, die Suchende optimal ansprechen. Mit sichtbaren Effekten. Die Online-Reichweite erhöht sich und neue Aufträge flattern rein. Ist das eigene Online-Marketing-Konzept stimmig gewählt, gelingt es leicht, aus der Masse an Mitbewerbern in der Region herauszustechen. Die folgenden Tipps helfen dabei.

TIPP: EINE GUTE WEBSITE IST ESSENZIELL FÜR DEN ERFOLG IM INTERNET

Ein Unternehmen ohne Website wird online nicht entdeckt und somit auch nicht von potenziellen Kunden. Die eigene Website ist eine Art Schaufenster, welches die eigenen Services und Angebote rund um die Uhr präsentiert und Transparenz beim Konsumenten schafft. Dass die Website dafür einigen Ansprüchen genügen muss, um Besucher in Kunden umzuwandeln, ist Voraussetzung.

MODERNES DESIGN

Das Motto moderner Webseiten lautet: Weniger ist mehr. Unzählige Farbkombinationen, verspielte Schriftarten, lange Texte oder sich bewegende Elemente frustrieren und schaffen kein positives Erlebnis beim Nutzer. Besser: Ausgewählte Farben im Webdesign beruhigen das Auge, Farbakzente sitzen da, wo eine Handlung ausgelöst werden soll. Wenige und klare Schriftarten unterstützen die Lesbarkeit. Wichtige Inhalte heben sich durch sinnvolle Textstrukturierungen ab. Grafische Elemente kommen nur dann zum Einsatz, wenn sie eine Funktion erfüllen.

Die perfekte Website vom Experten

Du willst mehr Zeit in dein Tagesgeschäft investieren, statt dich um eine Website zu kümmern? Kein Problem. Im Marketingportal halten wir für die Teilnehmer am Gemeinschaftsmarketing MEISTER DER ELEMENTE und DIE BAD- & HEIZUNGSGESTALTER passende Services bereit. Buche hier deinen professionellen Web-Auftritt für dein Unternehmen. Das bedeutet, du erhältst eine Website, die alle Anforderungen erfüllt: im modernen Design, stets inhaltlich und technisch auf dem neuesten Stand sowie zusätzlich anpassbar auf individuelle Bedürfnisse.
www.shk-marketingportal.de



DIE WEBSITE IST DAS SCHAUFENSTER IM INTERNET MIT DEM SICH EIN UNTERNEHMEN RUND UM DIE UHR PRÄSENTIERT UND AUS INTERESSENTEN KUNDEN MACHT.

LEICHTE NAVIGATION

Kein Besucher möchte sich mühsam durch eine Website hangeln, bis er zum gewünschten Inhalt gelangt. Bereits nach wenigen Sekunden verliert er das Interesse und verlässt die Website. Deswegen ist es wichtig, die eigene Website so zu strukturieren, dass die Besucher auf einen Blick erkennen, was sie erwartet und eine intuitive Bedienung durch die komplette Website möglich ist. Das heißt im Klartext, der Nutzer steht im Vordergrund.

SCHNELLE LADEZEITEN

Ist eine Webseite schnell, ruft ein Besucher im Durchschnitt mehr Seiten ab. Dadurch steigt die Chance, neue Kunden von den eigenen Services zu überzeugen. Je länger eine Seite lädt, desto eher springt der Besucher ab. Eine bessere Ladegeschwindigkeit wird erzielt, indem große Bilder auf der mobilen Website-Variante ganz verschwinden oder komprimiert werden. Auch Videos sind mobil wahre Zeitfresser. Besser ist es, diese z. B. auf YouTube auszulagern und nur den Link zum Videoportal zu setzen. Die Suchmaschine belohnt schnelle Seiten. Die Ladegeschwindigkeit einer Website ist für Google eine der wichtigsten Rankingfaktoren.

KONTAKTAUFNAHME SO EINFACH WIE MÖGLICH

Das Wichtigste ist, dem Website-Besucher die Kontaktaufnahme so leicht wie möglich zu machen. Gut platzierte Kontaktinformationen wie Telefonnummer und E-Mailadresse, auf der Startseite oder in der Navigation (z. B. als Kontaktbutton) erleichtern, gemeinsam in Verbindung zu treten. Wer Kontaktformulare auf seiner Website integriert, sollte darauf achten, nur die notwendigsten Daten abzufragen. Das Ausfüllen langer Formulare schreckt Besucher ab.

Mehrwert für Kunden: Heizungs- und Badrechner

Du suchst einen besonderen Service-Mehrwert für deine Website-Besucher? Über unser Marketingportal hast du die Möglichkeit, einen Heizungs- oder Badrechner auf deiner Website anzubieten. Mithilfe des Berechnungs-Tools simulieren interessierte Website-Besucher die Kosten für ihre Bad- oder Heizungsplanung. Die Chance steigt, dass du damit einen Auftrag erhältst.
www.shk-marketingportal.de

RELEVANTE INHALTE LIEFERN

Damit die eigene Website im Netz auffindbar ist, brauchen Suchmaschinen Futter. Ohne relevante Inhalte landet die eigene Website in den Google Suchergebnissen nicht vorne. Welche das sind? Das sind Themen, die für die ansivierte Zielgruppe einen echten Mehrwert liefern. Was macht das eigene Unternehmen so besonders? Welche Services und Lösungen werden geboten? Welche Referenzen gibt es vorzuweisen? Wer steckt hinter dem Unternehmen? Durch die Beantwortung solcher Fragen gewinnt die Website für Suchmaschinen an Relevanz. Und liefert damit eine bessere Sichtbarkeit im Netz und einen größeren Besucherstrom.

Überall platziert, wo es wichtig ist

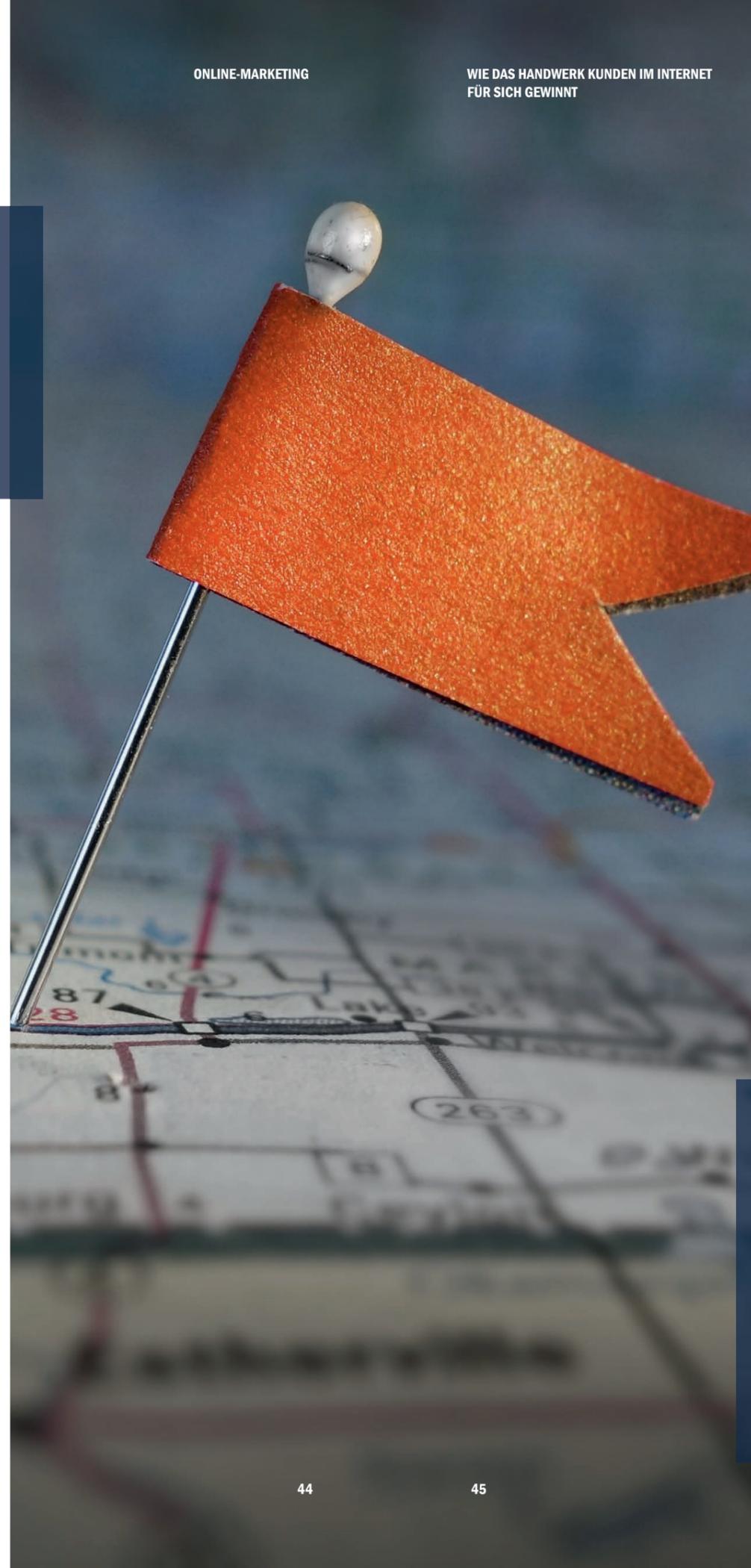
Dir fehlt die Zeit, dein Unternehmen in Google My Business und weiteren lokal relevanten Verzeichnissen zu listen? Dann ist das EasyOnlinePräsenzmanagement das Richtige für dich. Mithilfe des Tools wird dein Unternehmen automatisch in 30 Online-Verzeichnissen platziert und wichtige Änderungen einheitlich aktualisiert – von Google, Facebook, das Bundestelefonbuch über Yelp, FOCUS Online, meinestadt.de, goyellow.de und viele mehr. Verfügbar im Marketingportal. www.shk-marketingportal.de

TIPP: POTENZIELLE KUNDEN AUS DER REGION MIT LOCAL SEO ERREICHEN

Wie gehen die meisten Leute vor, wenn sie einen Dienstleister in ihrer Nähe suchen? Sie nutzen Google. Entweder mit dem Smartphone oder Rechner: Google spuckt bei lokalen Suchanfragen wie: „Badplaner in meiner Nähe“ oder „Heizungsinstallateur in Stuttgart“ passende Suchergebnisse – also in dem Fall Firmen aus – die sich im direkten Umkreis befinden. Je nach Standort der Person variieren die vorgeschlagenen Firmen. Google entscheidet, welche Firmen ganz weit vorn in den Suchergebnissen landen und damit am relevantesten für den Suchenden sind. Wer es an die Spitze in der lokalen Suche schafft, hat es wesentlich leichter, neue Kunden zu gewinnen und weitaus weniger Wettbewerbsdruck. Nur wie gelingt's? Mit den richtigen Local SEO-Maßnahmen – also einer lokalen Suchmaschinenoptimierung. Um von Google erkannt zu werden, muss das Unternehmen im Internet bekannt sein. Das gelingt durch Einträge in lokale Branchenbücher oder Verzeichnisse. Eines der wichtigsten Eintragungsdienste, um sich online als Firma zu verifizieren, kommt von Google selbst: Google My Business. Wer sich hier ein Branchenprofil mit Adresse, Öffnungszeiten und weiteren Angaben anlegt, ist bei Google offiziell als Geschäft oder Unternehmen gelistet. Die Nutzung ist kostenlos. Die Anmeldung bei Google My Business erhöht die Chance, dass die eigene Website in den Suchergebnissen auftaucht, wenn Leute in der Nähe nach der entsprechenden Dienstleistung suchen. Ein umfangreiches Google My Business Profil steigert zusätzlich die Chance, dass das eigene Unternehmen bei Suchanfragen ausgespielt wird. Je präziser, umfassender und aktueller die Informationen in Google My Business sind und je mehr aussagekräftige Bilder existieren, desto eher wird die eigene Firma angezeigt, statt der Wettbewerb. Wer seine Kunden aktiv motiviert, Bewertungen auf Google My Business abzugeben, steigert die Chance, ganz vorn in den Suchergebnissen zu landen. Tipp: Nicht nur auf gute, auch auf schlechte Bewertungen reagieren. Eine freundliche und sachliche Antwort signalisiert potenziellen Kunden, dass in diesem Unternehmen Kritik ernst genommen und Kundenservice großgeschrieben wird.

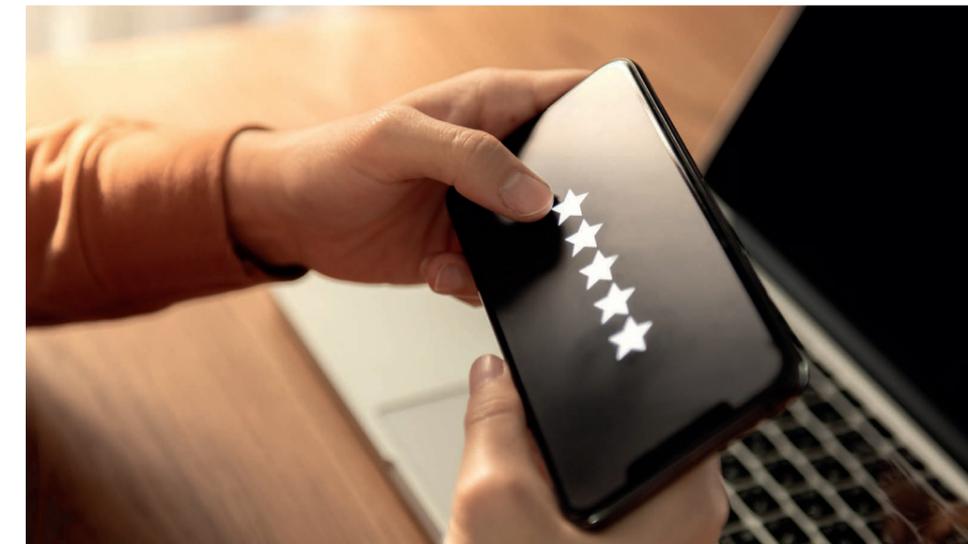
TIPP: BEWERTUNGEN SAMMELN UND KUNDEN GEWINNEN

Google My Business, Yelp oder TripAdvisor – diese bekannten Online-Portale sind heute nicht mehr wegzudenken, wenn es um Bewertungen geht. Was sie bringen? Sie dienen vielen Menschen als wichtige Informationsquelle und als Basis vor einer Kaufentscheidung. Fakt ist: Wir schenken der Qualität einer Dienstleistung oder eines Produkts mehr Glauben, wenn jemand Drittes sie bereits in Anspruch genommen und für gut befunden hat. Heute ist es einfacher denn je, mithilfe von guten Bewertungen das eigene Unternehmen ins rechte Licht zu rücken und damit die eigene Online-Präsenz zu stärken. Um viele gute Bewertungen sammeln zu können, muss die eigene Firma im Internet zu finden sein. Deswegen ist wichtig, sich in den Bewertungsportalen ein Firmenprofil anzulegen, die relevant für einen sind und wo sich die eigenen Kunden tummeln. Wichtige Bewertungsportale für das Handwerk sind



**VIELE GUTE BEWERTUNGEN FÜHREN ZU MEHR KUNDEN.
AUSSERDEM LIEFERN BEWERTUNGEN WICHTIGE ANREIZE,
UM DAS EIGENE UNTERNEHMEN WEITERZUENTWICKELN.**

beispielsweise: Google My Business, glocal, Gelbe Seiten, GoYellow und natürlich auch die sozialen Netzwerke wie Facebook. Ist man dort vertreten, heißt es nun: Kunden aktiv auf Bewertungen ansprechen. Egal, ob nach einem Beratungsgespräch oder nach Abschluss der kompletten Dienstleistung – die direkte Ansprache ist unerlässlich. Am besten wirkt diese kombiniert mit einer Bewertungskarte, auf der ein QR-Code zur Bewertungsseite führt, oder mit einer E-Mail mit passendem Link. Manchmal hilft auch ein kleiner Anreiz, um Kundenbewertungen zu erhalten: beispielsweise mit einem 10%-Gutschein für die nächste Heizungs-wartung. Weil: Jede Bewertung ist kostbar. Mit jeder Kundenstimme, die abgegeben wird, erhöht sich die Chance auf eine bessere Positionierung in den Suchergebnissen bei Google und ganz wichtig: auf mehr Anfragen. Übrigens: Nicht nur für den Kundengewinn, sondern auch für die Entwicklung des eigenen Unternehmens sind Bewertungen äußerst wertvoll. Durch das direkte Feedback der Kunden sind Unternehmen in der Lage, Stärken auszubauen und Verbesserungen vorzunehmen.



Bewertungen sammeln leicht gemacht

Du fragst dich, wie du zu einer Vielzahl an guten Bewertungen kommst, die Neukunden auf dich aufmerksam werden lassen? Das gelingt mit dem Bewertungsprodukt von Meinungsmeister. Mithilfe dieses Service-Angebots, buchbar über unser Marketingportal, sammelst du möglichst viele Bewertungen, die später für Suchende im Internet sichtbar sind. Meinungsmeister macht es dir leicht, aktiv Bewertungen von deinen Kunden einzuholen, die über eine App gespeichert werden. Je besser dein Service, desto höher fallen deine Bewertungen und somit deine Bewertungssterne aus. Diese sehen interessierte Nutzer direkt auf deiner Website und in der Google-Suche. www.shk-marketingportal.de

HENRICH SCHRÖDER

Mit Emotionen auf allen Kanälen überzeugen

Mit witzigen und überraschenden Szenen zeigt das YouTube-Video „Handwerk braucht dich“, wie viel Spaß man in den SHK-Berufen haben kann: Eine Kabelrolle rollt wie von selbst ins Lagerregal zurück, der Müllsack landet lässig über die Schulter geworfen, genau in der Tonne, die auch noch von alleine zufällt. Gedreht hat es Thorsten Schröder mit seiner Mannschaft. Und man sieht, mit welcher Begeisterung alle dabei sind. Der Geschäftsführer, der die 55 Mann starke Henrich Schröder GmbH in Gütersloh in zweiter Generation gemeinsam mit seinem Bruder Cord leitet, sieht die Online-Medien als wichtige Erfolgsfaktoren für sein Geschäft.

LEIDENSCHAFT FÜR VIDEO UND FOTO

„Wir machen sehr viel mit Fotos und Video“, berichtet er. Neben dem oben genannten Imagefilm postet er eine Vielzahl von Bildern und Videosequenzen, die oft spontan entstehen. „Ein Smartphone mit guter Kamera und ein kleines Stativ habe ich immer im Auto“, erklärt Thorsten Schröder. So könne er jederzeit interessante Baustellensituationen, Kundenstimmen oder Referenzen aufnehmen und posten. Die Beiträge bekommen viele Likes und werden häufig geteilt. „Alles, was wir mit Emotionen machen, kommt gut an“, hat er beobachtet.

O-TÖNE DER MITARBEITER BEGEISTERN BEWERBER

Das gilt auch für die Personalsuche auf Facebook, YouTube und der Firmenwebsite. Neben den aktuellen Stellenanzeigen lässt er die Mitarbeiter persönlich zu Wort kommen. Sie beantworten Fragen zum Betriebsklima, zur Werkzeugausstattung oder zum Umgang mit den Vorgesetzten. „Die Antworten geben Bewerbern einen besseren Eindruck vom Unternehmen und ihren künftigen Kollegen als jedes Vorstellungsgespräch mit dem Chef“, erklärt Schröder. Bereits wenige Tage nach der Veröffentlichung brachte es das YouTube-Video „Handwerk braucht dich“ auf 200 Aufrufe. Kein Wunder, dass sein Unternehmen wenig Nachwuchs-sorgen kennt. Dass aktuell alle Ausbildungsplätze besetzt sind, führt Thorsten Schröder auch

ONLINE-MARKETING – MITGLIEDER-ERFAHRUNG

MIT EMOTIONEN AUF ALLEN KANÄLEN ÜBERZEUGEN



GESCHÄFTSFÜHRER THORSTEN SCHRÖDER
BEGEISTERT SEIN TEAM IMMER WIEDER
AUF NEUE MIT FRISCHEN IDEEN UND EINER
JUNGEN UNTERNEHMENSKULTUR.

Kunden digital mit den eigenen Services begeistern



auf seine Außendarstellung bei Facebook und auf der Homepage zurück: „Hier heben wir uns besonders bei der jüngeren Zielgruppe deutlich von den Wettbewerbern ab und bekommen positive Rückmeldungen.“ Auch die Konkurrenz spürt, dass hier ein rühriger Geschäftsmann am Werk ist, der auf neue ungewöhnliche Art Mitarbeiter sucht. „Es kann schon mal passieren, dass wir mit unseren Aktionen beim Mitbewerber anecken und dieser sich bei uns beschwert. Aber wer viel aufwirbelt, muss damit rechnen, dass das nicht jeder gut findet. Das gehört eben dazu“, so Schröder.

Thorsten Schröder ist stets mit Smartphone und kleinem Stativ ausgerüstet. So kann er jederzeit interessante Baustellensituationen, Kundenstimmen oder Referenzen aufnehmen und in den sozialen Netzwerken posten.

MIT ONLINE-BERATUNG ERFOLGREICH IM VERKAUF

Corona hat den Online-Aktivitäten im Betrieb zusätzliche Impulse gegeben. „Während des Lockdowns haben wir typische Beratungssituationen und Infos zu technischen Themen abgefilmt, ohne Drehbuch und große Vorbereitung“, erzählt der umtriebige Unternehmer. Die Filme laufen auf YouTube und der Website. Sie werden von den Kunden so gut angenommen, dass Thorsten Schröder sie weiterführt und ausbaut. „Viele Interessenten informieren sich vorab übers Internet. Dadurch sparen wir Zeit in den Beratungsgesprächen.“

Dass die Kunden den Berater im Video schon gesehen haben, macht den Gesprächseinstieg leichter. Es ist fast so, als hätte man sich bereits kennengelernt.“ Ebenfalls seit dem Lockdown ist in der Ausstellung ein gut ausgestatteter Rechner mit Webcam, Mikrofon und allen gängigen Programmen für Webmeetings als Online-Beratungszentrum aufgebaut. „Egal, welche Endgeräte oder Programme die Kunden nutzen, wir sind auf alles eingerichtet. So konnten wir bereits komplette Aufträge generieren, ohne persönliches Gespräch vor Ort“, freut sich Thorsten Schröder.

Du suchst nach Lösungen, um deinen Kunden nicht nur offline, sondern auch online ein unvergessliches Beratungserlebnis zu bieten? Dann ist das Angebot von Immersight perfekt für dich. Kamera ausleihen, 360° Videos vom eigenen Ausstellungsraum drehen, alle fertigen Videos auf der Website einbinden oder direkt an Kunden schicken – buche dein Immersight Servicepaket über unser Marketingportal. Zusätzlich erhältst du von Immersight eine Online-Schulung, wie du das meiste aus deinen Ausstellungsvideos herausholst, indem du die 360° Kamera optimal nutzt.
www.shk-marketingportal.de



ONLINE-MARKETING – MITGLIEDER-ERFAHRUNG

NAH AM KUNDEN – ERST RECHT DIGITAL

ALICA KERN, DIE JUNIORCHEFIN DER ALBERT KERN GMBH, STELLTE IM UNTERNEHMEN DIE WEICHEN FÜR DIE DIGITALISIERUNG.

ALBERT KERN

Nah am Kunden – erst recht digital

Die direkte Nähe zu den Kunden bildet einen wesentlichen Erfolgsfaktor im Handwerk. Dabei ergänzt das Internet die reale Welt, ist Alica Kern überzeugt. Die Juniorchefin der 20 Mann starken Albert Kern GmbH aus Sölden im Landkreis Breisgau zählt selbst zur „Generation Internet“ und hat direkt nach ihrem Eintritt ins Unternehmen die Weichen für die Digitalisierung gestellt. „Mein Vater als kundiger Geschäftsführer, ich mit meiner Begeisterung für die Digitalisierung – wir ergänzen uns perfekt“, berichtet Frau Kern. Die Erfahrungen aus über 50 Jahren erfolgreicher Unternehmensgeschichte als Spezialist für Sanitär, Heizung und Blechverarbeitung sieht sie als Ansporn und Motivation, innovativ in die Zukunft zu gehen.

WEBSITE ALS VIRTUELLES AUSHÄNGESCHILD

Wer Traumbäder gestalte, müsse auch mit dem eigenen Internetauftritt hohe Ansprüche erfüllen, so die Überzeugung der jungen Unternehmerin. „Die Website ist unser Aushängeschild und gestalterisch wie technisch auf der Höhe der Zeit. Das setzen viele Kunden mit einem modernen und aktiven Unternehmen gleich.“ Mit der gepflegten Website für DIE BADGESTALTER fühlt sie sich gut aufgestellt. Da die Albert Kern GmbH neben Sanitär und Heizung, auch für Blechverarbeitung bekannt ist, gibt es eine zweite Webpräsenz, die alle Unternehmensbereiche vorstellt. Diese betreut Alica Kern zusammen mit einer externen

Agentur. Dass der Betrieb kontinuierlich in die Suchmaschinenoptimierung investiert, zahlt sich aus: „Von fast jedem zweiten Kunden hören wir, dass er über Google und die Website zu uns gefunden hat. Das ist eine tolle Bestätigung unserer Aktivitäten.“

SPANNENDE EINBLICKE FÜR AZUBIS VON MORGEN

Eine Rolle bei dem guten Online-Feedback spielen auch die Social-Media-Aktivitäten. Für die Mitarbeitergewinnung nutzt Alica Kern Facebook und Instagram: „Wir können hier Einblicke hinter die Kulissen geben, zu Projekten oder Arbeitsabläufen und unser Unternehmen anschaulich darstellen. Dies möchte ich weiter ausbauen“, erklärt Frau Kern. Die regionalen Werbemöglichkeiten mit Standort-Targeting auf Facebook setzt sie erfolgreich ein. Sie betont, dass man hier besonders gezielt bestimmte Zielgruppen erreichen kann, beispielsweise die jungen Ausbildungssuchenden.

MIT DIGITALER CHECKLISTE KUNDEN AKTIV AN DER BADPLANUNG BETEILIGEN

Eine clevere Idee, von der Alica Kern gerne berichtet, ist eine Checkliste für die Badgestaltung, die Interessenten per E-Mail zugeht. Sie besteht aus einem Fragenkatalog, mit dem sie konkrete Kundenwünsche und wertvolle Informationen über das geplante Badprojekt sammelt. Auch Grundrisse und Fotos werden so ausgetauscht. „Von unseren Kunden erhalten wir begeistertes Feedback für diese Art der Kommunikation“, erklärt die Unternehmensnachfolgerin. Die Badberater können sich optimal auf Gespräche vorbereiten und bereits erste Kostenschätzungen mitbringen. Alica Kern: „Das funktioniert super und die Kunden freuen sich, wenn sie selbst zur Badplanung beitragen.“

Ob real oder im Internet: Mit ihrem Vater Edgar Kern als erfahrenen Geschäftsführer, vereint Alica Kern mit ihrer Begeisterung für die Digitalisierung beide Welten und macht innovative Wege möglich.

Suchmaschinenoptimierung vom Profi

Du hast eine Website, die leider nicht gut bei Google rankt? Dank des Services der Marketingagentur OMB landest du auf der Spitzenposition in den Google Suchergebnissen. Mit Abschluss eines Abonnements über unser Marketingportal checkt OMB (Online.Marketing.Berater) deine Website – und optimiert sie auf drei zielgruppenrelevante Keywords. Dadurch landet deine Website bei Eingabe dieser Keywords auf Platz 1 in der Google Suche. www.shk-marketingportal.de



MITMACHEN: Bei den SHK Online-Wettbewerben

Du willst dein Können in der Bad- oder Heizungsplanung zeigen? Du möchtest möglichst viele Menschen überzeugen, dass du den größten Erfahrungsschatz und die besten Fähigkeiten besitzt? Um damit deine Chancen zu erhöhen, neue Aufträge zu generieren? Das gelingt dir garantiert mit unseren Online-Wettbewerben. Wir rufen zum ersten Mal in der SHK-Geschichte zwei Wettbewerbe aus, die komplett online stattfinden – den Badplanungs- und ganz neu Heizungs-wettbewerb. Zum BADPLANER DES JAHRES 2021 küren wir die drei besten Kandidaten, die besonders gelungene Kundenbäder zum Thema „Kleine Bäder ganz groß“ umgesetzt haben. Die drei Gewinner mit den innovativsten Heizungsprojekten erhalten von uns den Titel HEIZUNGSSPEZIALIST 2021.

DIE AUSBEUTE

Je mehr Personen du dazu bewegst, für dein Projekt abzustimmen, die wiederum andere aktivieren, das Gleiche zu tun, desto größer wird deine Bekanntheit im Internet. Wir unterstützen dich dabei, viele Stimmen einzuheimsen. Du bekommst auffällige Sticker für E-Mail-Signaturen sowie für das Web und Social Media an die Hand. Damit du deinen gewünschten Personenkreis ansprechen und auf deine Wettbewerbsteilnahme aufmerksam machen kannst. Die Sticker sind auf unserer Wettbewerbswebsite einfach downloadbar. Das ist noch nicht alles. Jeder Wettbewerbsgewinner erhält von uns ein umfangreiches Marketingpaket: Von 1.000 Euro für ein Mitarbeiter-Event über eine edle Siegestrophäe bis zu zahlreichen Marketingmitteln, die für die lokale Werbung zum Einsatz kommen.

TEILNEHMEN UND SIEGEN

Der Einsendeschluss deines Projektes (Bad oder Heizung) für die Teilnahme an den Wettbewerben läuft bis 23 Uhr am 10. Februar 2021. Vom 15. Februar bis 07. Mai 2021 findet die Votingphase statt. Der letzte Voting-Tag endet auf unserem Jahreskongress 2021 in München. Das heißt, dass wir vor Ort live die Sieger ermitteln und verkünden. Alle Gewinner prämiieren wir im Anschluss mit der Auszeichnung BADPLANER DES JAHRES 2021 und HEIZUNGSSPEZIALIST 2021.

ALLES ONLINE, ALLES ANDERS

Das Gute: Statt einer Fachjury, die die Sieger auswählt, hast du deinen Erfolg selbst in der Hand. Du trägst die Siegestrophäe nach Hause, wenn du im Online-Voting am höchsten liegst. Wie das funktioniert? Deine Mitarbeiter, Freunde, Kunden oder Interessenten voten online für dein Badplanungs- oder Heizungsprojekt in unserem digitalen Wettbewerbsportal. Ganz einfach mit einem Klick. Jeder Klick – sprich jede Stimme – zählt. Wer die meisten Stimmen hat, gewinnt. Deine Gewinnchancen erhöhst du, wenn du an beiden Wettbewerben teilnimmst.

MEHR INFORMATIONEN ZU DEN WETTBEWERBEN FINDEST DU UNTER:

www.shknet.de/wettbewerbe



das **WIR.**kauft ein

VERBUND



NEU! bei
das **Wir.**



Haustechnik mit System



* noch nicht in unserem Verzeichnis enthalten, weitere Informationen erhalten Sie über www.dasWIR-SHK.de



Fliesen für jede Ausstattung.

Mit der faszinierenden Vielfalt an eleganten Wohnzimmer-, Küchen- und Badfliesen sowie Lösungen für Terrasse und Balkon liefern KERAMUNDO und Raab Karcher Inspiration für jeden Wohn- und Arbeitsbereich. Als Nr. 1 im deutschen Baustoff- und Fliesenfachhandel bieten wir unseren Kunden einzigartige Vorteile – von 3-D-Badplanung

und Musterservice über Liefer- und Logistikleistungen direkt bis zur Baustelle. Erleben Sie fantastischen Service und über 10.000 Fliesenvarianten weltweit führender Hersteller sowie von unserer exklusiven Eigenmarke KERMOS – alles unter einem Dach. Mehr Informationen finden Sie unter www.keramundo.de und www.raabkarcher.de.



KERAMUNDO
Welt der Fliesen