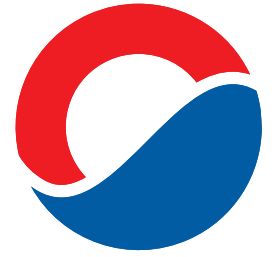


EINBLICK



Das Magazin der LSH - Leistungsgemeinschaft SANITÄR-HEIZUNG

Ausgabe 1/2016

Starke Leistung

LSH zeigt auf dem Schlachtfest deutlich Flagge

04

"Morgen werden wieder Bäder verkauft!"

Peter Nitschke veranstaltet nebenbei Musikevents in Thale

08

Handwerk goes online!

1. Internet-Marketing-Tag fürs Handwerk lockt 800 Besucher

18



INHALT

Titelthema

Starke Leistung 04

LSH zeigt auf dem Schlachtefest deutlich Flagge

„Morgen werden wieder Bäder verkauft!“ 08

Peter Nitschke veranstaltet nebenbei Musikevents in Thale

Handwerk goes online 18

1. Internet-Marketing-Tag

Anmelden, aussuchen, bestellen –
Drei Schritte durch den Online-Shop 10

**Thorben Rump über den neuen Online-Shop
von WIEDEMANN**

Neue WIEDEMANN-Ausstellung
in Hannover 12

**Glänzende Bäder und einladende Atmosphäre
helfen Ihnen beim Verkaufen**

Gemeinsam Markt machen 14

**Fünfte Zukunftswerkstatt erstmals
mit Beteiligten von WIEDEMANN**

30 Jahre LSH 17

Jubiläumsvollversammlung im Sommer 2016

Hallo Wunschkunde, wie gefalle ich dir? 19

LSH-Mitglieder lernen "SoMe" praktisch

Impressum

Herausgeber:

LSH-Leistungsgemeinschaft
SANITÄR-HEIZUNG GmbH
Am Boksberg 5
31157 Sarstedt
Tel: +49(0) 5066 90 19 - 0
E-Mail: info@lsh.de
www.lsh.de

Redaktion:

Innoreal
Kommunikationsagentur GmbH

Texte:

Gudrun Jay-Böhl,
Katharina Sylvester-Thyran,
Ralf Thyran
(V.i.S.d.P.)

Satz & Gestaltung:

dreist Werbeagentur

Fotos:

Andreas Böhl,
Ralf Orlowksi,
Daniel Baldus



Mittendrin ist einfach schöner

Vielleicht geht es Ihnen ähnlich: Ich habe das Gefühl, dass 2015 in Überschallgeschwindigkeit vergangen ist.

Wird sich das ändern? Aus meiner Sicht: Ein klares „Nein“! Warum? Es geht genauso spannend weiter wie bisher! Der Markt sortiert sich. Auf eine gewisse Art und Weise wird alles neu – und wir sind mittendrin.

Schon das letzte Jahr brachte viel Neues für Sie, wie z.B. die Neuordnung der Leistungsvergütung und des Mitgliedsbeitrags. Auf der Vollversammlung in Warnemünde und in unseren Medien haben wir es Ihnen nahegebracht. Die Veränderungen kamen gut bei Ihnen an – und viele LSH-Mitglieder haben direkt davon profitiert.

Einige der Veränderungen wurden von uns initiiert, andere haben wir gemeinsam erarbeitet. Möglich wird das, weil es unter den LSH-Mitgliedern viele gibt, die eine hohe Bereitschaft haben, gemeinsam mit uns und der WIEDEMANN-Gruppe an der Gestaltung der Zukunft zu arbeiten. Auch hier gehen wir in 2016 selbstverständlich weiter voran und werden wichtige Schwerpunktthemen für Sie aufbereiten, z.B. Wie entwickle ich eine wirkliche Unternehmensstrategie? Wie wichtig wird

das Thema Online-Marketing für mein Unternehmen in Zukunft sein? Diese und andere Fragen werden wir klären – natürlich praxisgerecht aufbereitet!

Ein weiteres Stichwort: A-Fachhandwerker. Sind wir das? Werden wir das? Wir werden das erarbeiten und für uns nach INNEN und für unsere Partner nach AUßEN (vor-)leben und dokumentieren.

Im Segment unserer Dienstleistungen werden wir stark sortieren: Rein kommt, was sinnvoll ist; raus, was niemand braucht. Neu ins Programm kommen die gesamten Dienstleistungen der WIEDEMANN-Gruppe. Denn sie unterstützen Sie als Fachhandwerker direkt an Ihrer Wertschöpfungskette. Den Anfang macht die WTB - WIEDEMANN Technik und Beratung.

Ach ja, da war noch was! 30 Jahre LSH-Leistungsgemeinschaft. Auch das steht an. Lassen Sie sich überraschen. Termin und Ort stehen. Mehr dazu auf der Rückseite!

Ihr Ralf Thyraann



STARKE LEISTUNG

LSH zeigt auf dem Schlachtfest in Sarstedt deutlich Flagge

„Das hier ist phänomenal, so viel konstanten Andrang hatten wir noch nie!“, freut sich das Team am LSH-Stand. „Hier ist es so schön persönlich, entspannt und man kann sich in Ruhe austauschen!“, begeistert sich eine Fachhandwerkerin, die mit ihrem Mann auf dem LSH-Stand steht: „Ganz anders als auf den anonymen großen Messen!“ Wir sind beim Schlachtfest unseres Großhändlers WIEDEMANN, das traditionell jedes erste Wochenende in Hannover-Sarstedt stattfindet (in Burg immer ein Wochenende davor):

Am 7. November pilgerte dann auch dieses Jahr das „Who is who“ der SHK-Branche zu diesem Großereignis: Über 2.000 Besucher aus dem Fachhandwerk kamen mit ihren Familien und Freunden. Sie wollten sehen, was es so Neues gibt – und sich austauschen: Neben leckeren Köstlichkeiten mit deftigem Grünkohl, süßem Waffelgebäck, einem süffigen Bier (draußen waren dieses Mal 17 Grad!) oder Rotwein ging es um aktuelle Trends vor und hinter der Wand.

Absolut professionell: Viel Licht, viel Leistung – und beste Laune bei der LSH

Beim mittlerweile 41. Schlachtfest präsentierte sich die LSH – erstmals mit KollegInnen aus der WIEDEMANN-Gruppe – viel größer als bisher auf einem Gemeinschaftsstand. Was steckt dahinter, wie kommt das an? Wir sprachen darüber mit Ralf Thyran, einigen WIEDEMANN-Ansprechpartnern, Mitausstellern sowie mit einigen Besuchern.

„Treffpunkt war meist unser Stand!“

Ralf Thyran

Einblick: Wie man sieht, habt ihr hier mit eurem Stand richtig Gas gegeben! Es ist der höchste Stand auf dem Schlachtefest – Hut ab! Wie war es früher, und was hat euch angetrieben, sich als LSH viel professioneller darzustellen? Aber vorab, wer wird eigentlich geschlachtet?

Ralf Thyraan (RT): Die letzte Frage beantworte ich zuerst! Der alte Herr Wiedemann begann mit diesem Fest 1974 – er schlachtete damals bei Bratwurst und Bier seine Ladenhüter. Seitdem findet dieser Event regelmäßig statt. Und es wurden immer mehr Beteiligte, die mitgemacht haben: Hersteller, Partner und auch WIEDEMANN-Beteiligte direkt. Mittlerweile ist jeder eingebunden – vom Azubi bis zur Chefetage!

Das ist für mich auch gleich der Übergang, warum wir jetzt zusammen mit unseren Partnern aus der WIEDEMANN-Gruppe auf einem so großen Stand sind. Mir ist im Laufe des letzten Jahres noch viel deutlicher geworden, wie wichtig es ist als innovativer Zusammenschluss, was die LSH nun mal ist, Flagge zu zeigen.

Was genau gibt es hier bei der LSH?

RT: Im Prinzip stellen wir uns selbst aus – mit unserem Dienstleistungsangebot. Wir freuen uns, dass so viele Fachhandwerker (FHW) und ihre Familien kommen, um sich bei ‚ihrer LSH‘ auszutauschen, und zu erzählen, was ihnen im Geschäft wichtig ist.

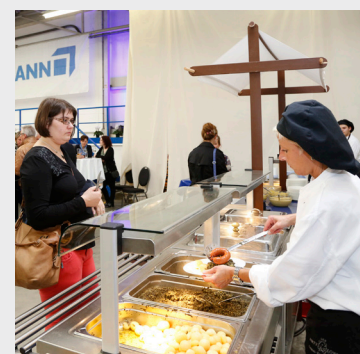
Vieles davon nehmen wir in unseren täglichen Aktivitäten dann auf und geben selbst immer wieder innovative Impulse, was man tun muss, um am Markt zu bleiben. Wir machen daraus Dienstleistungen, Seminare, stellen Kontakte her und und und... Die Zukunftswerkstatt ist unser strategisches Format, also die Denkfabrik; heute sind wir ganz praktisch da und tragen unsere Gedanken noch mehr in die Fläche: Alles zielt darauf, den FHW und den dreistufigen Vertriebsweg fit für die anspruchsvollen Kunden zu machen.

Ihr seid ja gemeinsam auf dem tollen Stand, wer ist mit dabei?

RT: Konkret hier am Stand sind außer uns die KollegInnen von WIEDEMANN, die den neuen Online-Shop für Fachhandwerker vorstellen – mit Thorben Rump als E-Commerce-Koordinator. Auf den großen Bildschirmen kann man verfolgen, wie man sich einloggt, bestellt – und so enorm Zeit spart. Fehler, die es früher durch schlecht lesbare Faxe gab, oder weil am Telefon der eine was anderes verstanden hat als der andere,

gehören bei diesem Bestellprozess der Vergangenheit an! Das ist eine enorme Erleichterung!

Spannend ist auch das Leistungsspektrum der Gesellschaft für Regelungstechnik und Energieeinsparung mbH (GFR) hier neben uns. Das ist ideal für die Fachhandwerker, die komplexe Vorhaben umsetzen müssen. Sie finden hier sozusagen das „Gehirn“ für die einzusetzende Technologie – alles rund um Licht, Klima, Wärme. Also Brandmeldeanlagen, Türsignale, Pumpentechnik, Pneumatik.... Und natürlich die Kollegen um den Geschäftsführer Volker Westerheide, die die Fachhandwerker dabei unterstützen: Die GFR-Leute fertigen fast alles selbst und sind darum absolut kompetente Ansprechpartner.



Über 2.000 Besucher auf dem Schlachtefest wollten sehen, was es so Neues gibt – und die leckeren Köstlichkeiten genießen.

„Die Summe der guten Ideen führt zur besten Lösung!“

Die GFR unterstützt FHW mit individuellem Gebäudemanagement

„Wir ergänzen uns wundervoll, wir verstehen uns - und der Fachhandwerker profitiert von diesem Zusammenspiel – das ist einfach (Energie-)effizienter!“, schmunzelt Volker Westerheide über seine Verbindung zur LSH. Wir entdecken den sympathischen Geschäftsführer der GFR-Gesellschaft für Regelungstechnik und Energieeinsparung mbH gleich nebenan auf „seiner“ Standhälfte. Die GFR ist ein Planungsbüro mit knapp 300 Mitarbeitern, Hauptsitz ist in Verl. Im Wesentlichen geht es bei den Männern und Frauen der GFR darum, die einzelnen Handwerksgewerke so zu integrieren, dass die Energie effizient genutzt wird, die Sicherheit auf dem aktuellen Stand ist und die Nutzer eine nachhaltig optimale Lösung bekommen. Volker Westerheide appelliert darum an die Fachhandwerker: „Nehmt uns möglichst früh mit rein in die Planung. Nicht erst, wenn schon gebaut wird. Wir

haben gemeinsam gute Ideen, tauschen uns aus und kommen so zur besten Lösung.“ Darum geht’s am liebsten zusammen zum Kunden, zum Architekten oder Bauträger. „Wir achten darauf, Mehrkosten zu vermeiden – denn eine Fehlleistung am Bau führt dauerhaft zu mehr Kosten. Das muss nicht sein. Wir kümmern uns um die Energie, die Wartung und den Service.“

„Wo GFR draufsteht, ist auch GFR drin!“

Weil die GFR alles selbst entwickelt, herstellt und vertreibt, ist sie besonders flexibel. „Wir sind Mittelstand, das heißt, wir entwickeln dynamische Konzepte. Und wir legen Wert auf ein vertrauensvolles Miteinander!“, skizziert Volker Westerheide seine Philosophie.



„Wo GFR draufsteht,
ist auch GFR drin!“

Volker Westerheide
Geschäftsführer GFR-Gesellschaft für
Regelungstechnik und Energieeinsparung mbH



Diana Meereis und Nelli Kurz-Pletsch kredenzen leckere Cocktails für die Standbesucher



„Klasse, unsere Kunden hier bei uns zu haben – das macht richtig Spaß!“

WIEDEMANN-Geschäftsführer Frans Soulier ist gern Gastgeber

„Das ist spitze, dass die Kunden mit ihren Familien und Freunden zu uns kommen, denn so können wir uns alle noch besser kennenlernen!“ WIEDEMANN-Geschäftsführer Frans Soulier ist über den Ansturm der Besucher begeistert. „Alle unsere Mitarbeiter sind beim Schlachtfest dabei. Die Azubis, der gesamte Innendienst, die Personalabteilung – alle freuen sich, unsere Kunden kennenzulernen. Und hier auf dem gemeinsamen Stand von LSH, GFR und WIEDEMANN zeigen wir, dass es um mehr geht als Socializing: Wir zeigen Leistung. Von der Planung bis zur Unterstützung bei der Umsetzung – so kriegen wir alle noch mehr Bezug zueinander!“

Mitten in der Menschenmenge vor einer der Galerien mit den Herstellern treffen wir auch Sebastian Becker. „Ich finde es toll, dass wir auf dem gemeinsamen Stand von LSH und WIEDEMANN zeigen können, welche Leistungen wir für die Fachhandwerker erbringen.“ Auch der Einsatz der großflächigen Medien gefällt ihm: So kann man den Online-Shop viel plakativer an den Mann bzw. die Frau

bringen! „Auch wenn das für alle, von den Lieferanten über die Partner bis zu den Mitarbeitern viel Arbeit ist – alle lassen sich von der schönen Stimmung einfangen,“ freut sich der engagierte Vertriebsleiter.

„Super Präsentation – mittendrin!“

Sebastian Becker
Vertriebsleiter und Prokurist
von WIEDEMANN betont das Miteinander



„MORGEN WERDEN WIEDER BÄDER VERKAUFT!“

**Peter Nitschke, Chef der Fliesen-Schreiber GmbH,
veranstaltet „nebenbei“ Musikevents**

Peter Nitschke ist cool. Knapp eine Stunde vor dem großen Event in der Traumkulisse des Bergtheaters Thale im Harz nimmt er sich Zeit für ein Interview mit uns.

Einige von Ihnen werden ihn schon kennen: Auf der letzten Vollversammlung in Warnemünde im April, kündigte der Geschäftsführer der Fliesen-Schreiber GmbH bereits sein Event-Highlight an: Das Konzert mit **Mark Forster** am 31. Juli 2015.

Engagiert bei „Kultur für die Region“

Es begann vor fünf Jahren: Einer von Peter Nitschkes Mitarbeitern, Mike Fye, hatte schon länger einen guten Kontakt zum Musikbusiness. Er begeisterte seinen Chef – und los ging's mit dem Engagement bei „Kultur für die Region“: Seitdem haben sie mit ein paar Mitstreitern große Konzerte auf der außergewöhnlichen Naturbühne in Thale auf die Beine gestellt: City war da, die Puhdys und vorletztes Jahr Johannes Oerding mit über 1.400 Besuchern. Letztes Jahr „flashte“ Mark Forster das Publikum.

Einblick: Herr Nitschke, was treibt Sie, so etwas zu tun? Was begeistert Sie?

Peter Nitschke: Mir geht's um „Leben und leben lassen“, um die Mannschaftsleistung, die wir hier als Team erbringen. Die Leute haben Spaß an dieser Aufgabe. Alle ziehen an

einem Strang – auch die Familienmitglieder machen mit. Das hier ist ein Engagement, das nicht an der Grundstücksgrenze aufhört.

Einblick: Was ist für Sie persönlich das Besondere an einem solchen Abend?

Peter Nitschke: Für mich gibt es eigentlich viele Highlights – nicht nur an so einem Abend. Wenn wir ein tolles Bad übergeben, ist das nämlich genauso. Wir haben eine schöne Etappe als Team hinter uns gebracht. Bei dem Event hier haben wir ein Dreivierteljahr dafür gearbeitet – jetzt kommt das Konzert. Das ist Konzentration auf den Punkt – diese Momente begeistern mich.

Und nach dem Event ist vor dem Event. Wie bei den Bädern: Nach der Übergabe kommt schon das nächste Projekt...

Professionelle Haltung an den Tag legen – immer das Beste abrufen

Einblick: Wo sehen Sie Ähnlichkeiten zu Ihrem Alltagsgeschäft, was lässt sich übertragen – vom Konzertveranstalter zum Chef von Fliesen-Schreiber?

Peter Nitschke: Jeder muss seinen Teil der Verantwortung übernehmen. Sei es der Bassist, der Bühnenbauer oder auch die Reinigungskraft. Hier im Bergtheater bin ich einer

Bis auf den letzten Platz belegt.

Das Bergtheater Thale beim
Live Event mit Mark Forster.





Peter Nitschke (links) im Interview mit Gudrun Jay-Bößl (LSH-Einblick)

der Veranstalter, morgen bin ich wieder Chef unserer Firma. Wichtig ist, immer professionell zu arbeiten, auch wenn man mal einen schlechten Tag hat. Das interessiert keinen – es geht mir immer darum, das Beste abzurufen.

Lassen Sie mich noch ein Wort zu dem sagen, was mich treibt. Das hier in Thale war auch ein Traum von mir. Ich bin mit meiner Frau im Auto unten langgefahren und habe die Bühne hier oben auf dem Berg gesehen. „Da müsste man Rock und Pop-Konzerte machen“, habe ich gesagt. Und jetzt machen wir es.

Engagement für die Region

Einblick: Was ziehen Sie daraus?

Peter Nitschke: Irgendwo ist es auch ein Stück Genugtuung, dieses Engagement für die Region, für die Heimat. Man hätte ja auch weggehen können, wie so viele. Aber wir haben gesagt, wir bleiben hier. Wir bauen hier eine Kultur für die Region auf. Wir sind bei der Stange geblieben, weil wir davon überzeugt sind, dass diese Region es wert ist – und wir haben hier jetzt ein tolles Netzwerk.

Einblick: Welche Botschaft könnten Sie Ihren KollegInnen in der LSH auf den Weg geben, wenn Sie sich so engagieren?

Peter Nitschke: Letztlich ist es egal, was man macht – wir Unternehmer tragen das Risiko, wir sind die Macher. Lasst uns die Chancen darin sehen, die Möglichkeiten, was zu bewegen! Das ist für mich das Besondere und das Reizvolle!

Einblick: Herzlichen Dank für das Gespräch!



Das Bergtheater Thale ist super – auch für einen anständigen Pop-Rock-Event

Ob klassische Oper, Räuber Hotzenplotz oder Rockmusiker: Wer unten auf der Bühne steht, muss sich ordentlich den Hals verrenken, um sein Publikum zu sehen. Denn das Bergtheater Thale ist steil – wie in einem Amphitheater zieht sich Reihe an Reihe nach oben. An die 1.400 Besucher passen rein. Wenn dann parallel zum Geschehen auf der Bühne die Sonne untergeht, ist romantische Stimmung vorprogrammiert.

Ganz in der Nähe liegt der Hexentanzplatz: Wer nach dem Konzert den Weg durch den Wald zur Seilbahnstation sucht, meint vielleicht, einen mystischen Moment zu erwischen – war da ein Waldbewohner, ein zauberisches Wesen – oder einfach nur ein Glas Bier zu viel? Egal, das Bergtheater Thale zieht Besucher in seinen Bann!

ANMELDEN, AUSSUCHEN, BESTELLEN – DREI SCHRITTE DURCH DEN ONLINE-SHOP

Thorben Rump über den neuen Online-Shop von WIEDEMANN

Was haben Pümpel und Usability miteinander zu tun? Thorben Rump, Koordinator eCommerce der WIEDEMANN-Gruppe, sprach mit uns über den neuen Online-Shop von WIEDEMANN.

Einblick: Herr Rump, was ist neu am WIEDEMANN-Online-Shop?

Ganz einfach: Er ist schneller, einfacher und leichter zu bedienen. Unser alter Online-Shop war überholt, was den technischen Stand und die Benutzerfreundlichkeit angeht – ohne Schulung hat sich damit eigentlich niemand zurechtgefunden. Hinzu kommt, dass er sehr langsam war: Wir mussten also etwas ändern. Wir haben uns für den neuen Online-Shop das Ziel gesetzt, dass man mit diesem genauso intuitiv und zuverlässig arbeiten kann, wie man es von anderen Online-Shops, wie z.B. Amazon, gewöhnt ist. Die Fachhandwerker sollen Spaß haben, bei uns einzukaufen. Die Benutzerfreundlichkeit, die sogenannte Usability, war

uns für den neuen Shop also besonders wichtig. Das Ergebnis: Jetzt ist der User nach drei Schritten fertig – anmelden, aussuchen, bestellen.

Einblick: Welche neuen Funktionen bieten Sie Ihren Kunden?

Unser Web-Katalog ist jetzt vollständig in den Online-Shop integriert. Damit haben wir endlich ein Gesamtsystem für Bestellungen geschaffen. Der Handwerker braucht also nur noch ein Online-Tool.

Darüber hinaus zeigen wir dem Benutzer mehr Bilder, ausführlichere Beschreibungen und Varianten zu den Produkten an, die er auswählt. Für den Fachhandwerker ist sicherlich auch besonders nützlich, dass wir bei vielen Produkten jetzt auch Montagezeiten angeben. So kann er leichter die Angebote für seine Kunden planen.

Einblick: Gibt es noch mehr Highlights?

Ja, unsere überarbeitete Suchfunktion: Wir haben für unsere Artikelnamen viele Synonyme hinterlegt. Der Benutzer kann also „Pümpel“ eingeben und bekommt die Saugglocke mit Holzgriff angezeigt. Vorher gab es das nicht. Neu ist auch, dass der Kunde den Online-Shop über sein Tablet und über eine App auf seinem Handy benutzen kann. Das ist besonders praktisch, wenn man auf der Baustelle ist und noch ein Teil fehlt. Man schaut in der App, wo der nächste WIEDEMANN-Shop ist und sieht online, ob der Artikel dort verfügbar ist. Dann bestellt man ihn direkt über die App und kann ihn sofort im WIEDEMANN-Shop abholen.

Einblick: Wie wichtig war Ihnen der Servicefaktor?

Mit der neuen Technik wollten wir den Service für unsere Kunden verbessern. Das ist schon sehr gut gelungen. Im Vergleich zum Wettbewerb sind wir mit unserem





Online-Shop der Branche schon ein Jahr voraus. Das macht uns natürlich stolz. Wir hatten aber noch einen ganz anderen Gedanken mit unserem Online-Shop: Wir wollten unsere Fachberater entlasten. Es wäre schön, wenn die Produkte, zu denen wir den Handwerker nicht so viel beraten müssen, online bestellt werden würden. Dann können unsere Berater nämlich mehr da beraten, wo es zählt – z.B. bei Belüftungsplanungen oder Brandschutzthemen.

Einblick: Wie sind die ersten Reaktionen Ihrer Kunden?

Wir sind seit Mitte 2015 online. Im Vorfeld hatten wir schon kommuniziert, dass wir an dem Thema arbeiten und wann der neue Shop online geht. So war genug Zeit, um sich darauf vorzubereiten, dass da etwas passieren wird. In den ersten vier Wochen hatten wir dann auch noch extra eine Hotline eingerichtet. Die meisten Probleme gingen darum, dass wir das Design sehr stark geändert haben und die Kunden noch an das alte System gewöhnt waren. Inzwischen wird der

Online-Shop aber sehr gut angenommen. Das zeigt sich auch darin, dass wir online jetzt mehr Besucher haben und unsere Kunden auch öfter hier bestellen als vorher.

*„Er ist schneller,
einfacher und leichter
zu bedienen.“*

Thorben Rump über den neuen
WIEDEMANN-Online-Shop



ENTFÜHREN SIE IHRE KUNDEN IN DIE NEUE WIEDEMANN-AUSSTELLUNG IN HANNOVER:

Glänzende Bäder und einladende Atmosphäre helfen Ihnen beim Verkaufen

„Baden in Hannover“ – unter diesem Motto eröffnete WIEDEMANN im Frühjahr 2015 seine neue bad-comfort Ausstellung. Auf rund 1.000 Quadratmetern präsentiert unser Großhändler in Hannover-Vinnhorst allen Interessierten das, was rund ums Bad angesagt ist – und mehr: Die aktuellsten Trends, wahre Wellness-Tempel – aber genauso auch schicke Bäder für „Otto Normalverbraucher“ und praktische kleine Nischenbäder für Umbauten und Renovierungen, wenn's mal schräg ist. Hinfahren lohnt sich also – am besten mit dem Kunden „im Schlepptau“!

Schauen wir doch mal rein...

Wer vor dem Gebäude steht und nach oben blickt, sieht viel Glas, Kunst, Farbe und Licht. WIEDEMANN weiß, wie man Kunden beeindruckt und gleichzeitig zum Wohlfühlen einlädt. Hineinspaziert! Ob bequem mit dem Fahrstuhl oder über die im rauen, unverputzten Stil gehaltene Treppe geht es nach oben zum Showroom.

Ob klein oder groß – für jedes Bad die passenden Einrichtungsideen

Gäste-WC, Familienbad oder persönlicher Wellnessbereich inklusive Sauna – in der Ausstellung findet der Besucher für nahezu jedes Bad ein passendes Beispiel. WIEDEMANN bietet Ihnen so die Möglichkeit, zusammen mit Ihrem Kunden die verschiedenen Einrichtungsvarianten in Echt anzuschauen. Großzügig verteilt, finden sich Produktinseln, Komplettbäder und Wohnraumkonzepte mit angrenzendem Schlafbereich. Auch viele unterschiedliche Materialien kann man direkt vor Ort „erfühlen“ – egal ob Fliesen, Naturstein, Glas, Wandbeschichtungen, Edelstahl oder Holz.

Unendliche Möglichkeiten – da ist eine individuelle Führung ideal

Es gibt schier unendliche Möglichkeiten, das neue Bad zu gestalten. Großes Plus: Der viele freie Raum dazwischen. Eine gute Gelegenheit, mit dem Kunden einen Schritt zurückzutreten und das Gezeigte in Ruhe wirken zu lassen. Denn wer die Wahl hat, hat die Qual – darum ist es wirklich empfehlenswert, als Fachhandwerker das erste Mal allein zu kommen, um sich zu orientieren. Vereinbaren Sie am besten vorab einen Termin mit den bad-comfort Ausstellungsberatern. Dann können Sie noch besser beraten, wenn Sie ab dem zweiten Mal Ihren Kunden begleiten und gezielt auf Objekte hinweisen, die zu seiner Wunschvorstellung passen. Wenn Sie möchten, steht Ihnen dabei das WIEDEMANN-Team zur Seite. Ein persönlicher Fachberater begrüßt Sie und Ihren Kunden namentlich im Eingangsbereich und zeigt Ihnen alles, was Sie für das neue Traumbad brauchen. Vereinbaren Sie einfach einen Termin und tauchen Sie ein in die Welt der Bäder.

Probieren geht über Studieren: „Probeduschen“ in der Badausstellung

Im sogenannten Technikzentrum kann der Besucher neue Produkttrends entdecken. So kann er z.B. neue Hand- und Kopfbrausen in Funktion testen oder seinen Duschbereich maßgetreu nachstellen. Damit der Kunde schon bei der Planung ein Gefühl für sein neues Badezimmer bekommt, wird es ihm, nach Absprache mit den bad-comfort Ausstellungsverkäufern, auf einer interaktiven Wand von sechs Quadratmetern präsentiert: Direkt am Bildschirm kann er Änderungen und Sonderwünsche mitgestalten. So unterstützt WIEDEMANN Ihre Planungsarbeit – natürlich nur, wenn Sie es möchten.





GEMEINSAM MARKT MACHEN

Prozesse sollen in Zukunft besser ineinander greifen – Fünfte Zukunftswerkstatt in Hannover-Vinnhorst erstmals mit Beteiligten von WIEDEMANN

Es war schon ein besonderer Termin, der da Anfang Oktober stattfand: Denn zum ersten Mal waren neben den bisherigen Aktiven aus der Zukunftswerkstatt auch vier Vertreter von WIEDEMANN dabei. Geschäftsführer Frans Soulier, der bereits im Dezember an einem Treffen teilnahm, brachte drei seiner Mitarbeiter aus dem Management mit: Den neuen Vertriebsleiter Sebastian Becker, Kalkulations-Spezialisten Artur Denk und Hendrik Wöhle, Leiter Key Account bei WIEDEMANN.

Heute muss ein handfestes Ergebnis rauskommen - zusammen!

Wir erinnern uns: Im Mai 2014 lud Ralf Thyrrann interessierte LSH-Mitglieder zur ersten Zukunftswerkstatt ein.

Damit startete er eine Initiative, die sich auf die Fahnen geschrieben hat, die Zusammenarbeit mit dem Großhandel spürbar zu verbessern. Es geht um nicht mehr oder weniger als das Überleben der Betriebe durch verbesserte Prozesse und Ausrichtung am Endkunden.

„Es musste damals dringend was geschehen, ich hatte ein ganz schlechtes Bauchgefühl, wenn das einfach so weitergeht“, meinte Dierk Lause, Geschäftsführer Haus-technik Brandenburg rückblickend. Mit großem Engagement entwickelte die Gruppe in der Zwischenzeit konkrete Zukunftsszenarien, wie es aus ihrer Sicht im dreistufigen Vertrieb anders laufen könne. Das betrifft sowohl die Optimierung eigener Prozesse wie auch die Verzahnung mit dem Großhandel.

Wie wichtig den Beteiligten das Thema ist, zeigen ein paar ganz einfache Zahlen: Jeder der 15 regelmäßig teilnehmenden „Zukunftswerkstättenler“ (meist Geschäftsführer der Fachhandwerksbetriebe) investierte sechs Tage Arbeit – bei einem fiktiven Stundenlohn von 75 Euro sind das 3.600 Euro pro Nase allein für die Zeit. „Hut ab und danke dafür“, meinte Ralf Thyrahn zu diesem Einsatz. Darum mussten beim fünften Treffen auch unbedingt Ergebnisse her: Allein würde es aber nicht gelingen. Das Zauberwort lautete darum Kooperation!

Die Zusammenarbeit ist schon da – aber sie geht noch besser

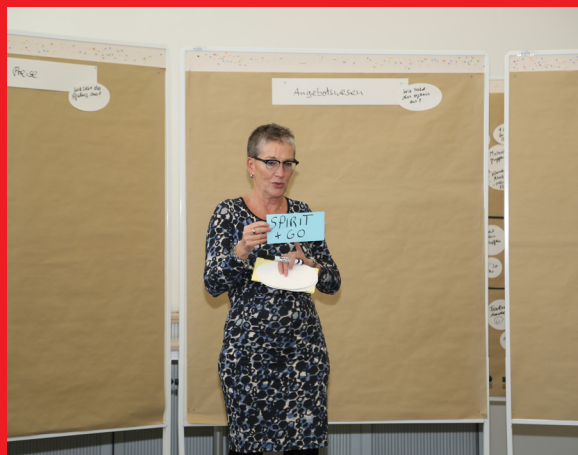
„Wir arbeiten schon mehr zusammen, als wir denken“, betonte Frans Soulier in seinem kurzen, aber knackigen Einstiegsvortrag. Er bekannte sich klar zum dreistufigen Vertriebsweg. Bisher, so Frans Soulier, behandle WIEDEMANN alle Fachhandwerker gleich und streue die Aufmerksamkeit wie mit einer Gießkanne aus. Das ließe sich ja z.B. ändern, so skizzierte er einen möglichen Ansatz: Für wen der Großhändler ein sehr wichtiger, nahezu strategischer Partner sei, für den könne es auch spezielle Services und Leistungen geben. Auf der anderen Seite betonten die Fachhandwerker: Wer mit seinen Geschäftsprozessen schon so aufgestellt ist, dass er z.B. auf eine zweite Tour verzichten kann, ist auch für den Großhändler ein attraktiverer Kunde.

Vertrauen und Verlässlichkeit als Basis

So wurde intensiv und konstruktiv diskutiert. Denn dass Veränderung mit (eigenem) kooperativem Verhalten zu tun hat, war allen Teilnehmern klar. Genauso lief es dann auch: Offen, ehrlich, lösungsorientiert und fröhlich: Schließlich soll die Gestaltung der gemeinsamen Zukunft ja auch Freude bereiten! In diesem Rahmen kann Vertrauen entstehen – eine solide Basis für die weitere Arbeit.

Themenfelder: Preisfindung, Angebotswesen, Logistik und Kommunikation

Die Zukunftswerkstättenler stellten den WIEDEMANN-Vertretern ihre thematischen „Baustellen“ vor. Sie betreffen die Preisfindung, Angebotswesen, Logistik und Kommunikation. Dabei war der Fokus auf das gemeinsam Veränderbare gelegt, nicht auf Jammern über Dinge außerhalb des gemeinsamen Einflussbereichs – eine wichtige Rahmenbedingung.



*Vom Ziel bis zur Umsetzung:
In konstruktiver Atmosphäre diskutieren die Zukunftswerkstättenler zum ersten Mal in gemeinsamer Runde mit WIEDEMANN-Vertretern. Viele neue Ideen wurden entwickelt, um den dreistufigen Vertriebsweg zu stärken.*

Eine gemeinsame Lösung wurde sofort entdeckt: Manchmal scheinen nämlich nur der Austausch und die Information zu fehlen: So gibt es eine einheitliche Projektnummer bei WIEDEMANN für (abteilungs-)übergreifende Leistungsverzeichnisse. Wer die beim Telefonat oder in der Email nennt, spart beiden Seiten Rückfragen. Dieses Ergebnis lässt sich also sofort umsetzen!

Stück für Stück entwickelten sich im Laufe des Workshops gemeinsame Vorstellungen. Sie wurden stets so konkret wie möglich formuliert und festgehalten. Die Zukunftswerkstatt-Moderatorin Gudrun Jay-Bösl und ihr Mitarbeiter Tim Jauernig nutzten dazu ihre bekannten Karten und Metaplanposter.

Ergebnisse sichern, verdichten, entscheiden – echte Aufbruchsstimmung herrschte!

„Wir müssen jetzt weiter dran bleiben, unsere Ideen umsetzen und dafür konkrete Maßnahmen entwickeln. Das wird nicht bei allen Punkten von heute auf morgen

gehen, aber die Basis haben wir jetzt hier geschaffen“, fasste LSH-Geschäftsführer Ralf Thyran zum Ende hin zusammen.

Nächster Schritt ist, die Ergebnisse als gemeinsamen Anforderungskatalog zu dokumentieren und sie dann bilateral – also zwischen LSH und WIEDEMANN - auf Machbarkeit zu prüfen. Das soll durchaus zeitnah geschehen: „Wir melden uns dazu in den nächsten Wochen“, meinte Frans Soulier. „Was ist leicht umsetzbar, was dauert länger, was brauchen wir vielleicht noch für weitere Punkte.“

Wenn das kein handfestes Ergebnis ist: So herrschte zum Schluss regelrechte Aufbruchsstimmung, im direkten wie im übertragenen Sinne. Die Zukunftswerkstatt hat den entscheidenden ersten Schritt in Richtung „gemeinsam Markt machen“ getan. Wir halten Sie weiter auf dem Laufenden.



„Wir müssen jetzt weiter dran bleiben, unsere Ideen umsetzen und dafür konkrete Maßnahmen entwickeln.“

Ralf Thyran

30 JAHRE LSH

Die Jubiläums-Vollversammlung kommt im Sommer 2016

Der Winter im Jahr 1986 ist kalt und hartnäckig. Schneeverwehungen überall und meterhohes Treibeis auf der Ostsee. Eine kleine Eiszeit also – und mittendrin ein Lichtblick. Tapfere Männer gründen die Leistungsgemeinschaft Sanitär-Heizung am 9. Januar in Sarstedt: Ein Eckpfeiler für Beständigkeit genauso wie für Innovation! Denn systematische Kundenorientierung durch einen eigenen Verband war damals weiß Gott noch keine Selbstverständlichkeit... 30 Jahre später steht jetzt ein schöner runder Geburtstag an. Zwar waren die Winter in den letzten Jahren nicht ganz so frostig, doch sind Schnee und Eis selten so wirklich gute Stimmungsmacher. Darum verlegen wir unsere Feier in den Sommer: Am 09. September 2016 steigt unsere Jubiläums-Vollversammlung in Hannover. Save the date!

Aktuelles, Austausch und Außergewöhnliches – unsere LSH steht für „Vorne sein!“

Die Zeit hat sich gedreht: Endkunden sind informierter und auch kritischer als früher. Internet und Baumärkte sind zu ernsthaften Wettbewerbern geworden. Wo bleibt der Fachhandwerker und wie muss er sich „aufstellen“, um noch in Zukunft dabei zu sein? Wir haben das Ohr am Markt, wir machen uns schlau – und geben diesen wertvollen Input weiter.

„Wir wollen das Jubiläum natürlich nutzen, um uns über aktuelle Themen auszutauschen. Die LSH schlägt die Brücke zwischen Beständigkeit und Innovation – wir sehen uns als Impulsgeber und Interessenvertreter des Fachhandwerks. Um stets neue Impulse geben zu können, werden wir Hersteller, unsere LSH-Dienstleister und die WIEDEMANN-Gruppe einladen, sich während der Vollversammlung zu präsentieren und mit uns in den Dialog zu treten. So bleiben wir – mindestens – am Puls der Zeit; setzen aber noch lieber eigene Akzente, um unsere Fachhandwerker kompetent begleiten zu können“, erklärt unser LSH-Geschäftsführer Ralf Thyran.



*Am 09.09.2016 ist es soweit:
Die WIEDEMANN-Ausstellung öffnet ihre Türen
zur Jubiläumsfeier der LSH*

Feiern wie in den „Goldenen Zwanzigern“

Wie sieht die Feier aus? Tagsüber schauen wir voraus und am Abend zurück – unser Motto für die Geburtstagsfeier: „Die 20er Jahre“. Denn die Golden Twenties waren auch eine Zeit des Aufbruchs – das passt! Die WIEDEMANN-Badausstellung in Hannover-Vinnhorst wird zu diesem Anlass extra „eingekleidet“. Wer mag holt also Hosenträger oder Collegewesten aus dem Schrank, übt noch einmal den Charleston und los geht die Zeitreise!

Zum Geburtstag gibt es normalerweise Geschenke – wir wollen lieber anderen helfen. So planen wir eine Charity-Aktion für einen guten Zweck. Wer unser Überraschungsgast sein wird, soll an dieser Stelle noch geheim bleiben.

HANDWERK GOES ONLINE!

1. Internet-Marketing-Tag fürs Handwerk lockt 800 Besucher

Jede Minute werden im Internet 4.166.667 Posts bei Facebook geliked, 347.22 Tweets auf Twitter gepostet und 300 Stunden neues Videomaterial auf Youtube hochgeladen – Tendenz steigend! (Quelle: www.domo.com) Auch zahlreiche weitere Online-Kanäle werden minütlich von 1000den Usern bedient.

Grund genug für die Veranstalter und Initiatoren des ersten Internet-Marketing-Tags fürs Handwerk Thomas Issler, Matthias Eigel, Matthias Schultze und Volker Geyer diese Veranstaltung ins Leben zu rufen. Am 24. Oktober 2015 öffnete die Schwabenlandhalle in Fellbach bei Stuttgart für 800 Teilnehmer ihre Tore.

Digitalisierung im Handwerk nach vorne bringen

„Warum ein Internet-Marketing-Tag fürs Handwerk?“ wollte Moderatorin Nina Ruge wissen. „Es ist an der Zeit, die Digitalisierung im Handwerk verstärkt voranzubringen. Wir wollen den Handwerksbetrieben in Deutschland eine Plattform bieten, von digitalen Erfahrungen anderer Betriebe zu lernen und sich mit anderen an Internet und Social Media interessierten Handwerksbetrieben zu vernetzen“, erläutern die Veranstalter.

Handwerkstrainerin Andrea Eigel zeigt in ihrem Einführungsvortrag „Die Marketing-Hausaufgaben eines

Handwerksbetriebes“ auf. Der Nutzen für den Kunden muss sichtbar werden, möglichst in einer emotionalen Darstellung. Die Betriebe sollten sich auf ihre individuellen Stärken konzentrieren und ihre Alleinstellungsmerkmale herausarbeiten. Das führt zu einem klaren Profil. Das wiederum führe dazu, dass sich die passenden Kunden mit den passenden Aufträgen melden, besonders auch über das Internet, so Andrea Eigel.

Neben weiteren Rednern zeigten Volker Geyer und Matthias Schultze (beide Malermeister) mit ihren Best-Practice-Beispielen, wie sie im Netz zusätzlichen Umsatz generieren. „Betriebe, die den digitalen Zug verpassen, werden nach und nach von der Bildfläche verschwinden“, prophezeit Schultze und legt den Teilnehmern ans Herz: „Das Internet bietet alle Möglichkeiten: Mehr Sichtbarkeit, mehr Aufmerksamkeit, mehr Attraktivität, mehr Umsatz, mehr Fachkräfte, Sicherung der Zukunft. Nutze sie!“

Einen Tenor hatten alle Vorträge gemeinsam: Das Vorgehen in den Sozialen Medien braucht eine fundierte, strategische Basis. Doch grau ist alle Theorie – wie gehen Sie in der Praxis vor? Die LSH hat hier ein spezielles Programm für Sie im petto (siehe nächster Artikel).

HALLO WUNSCHKUNDE, WIE GEFALLE ICH DIR?

LSH-Mitglieder lernen „SoMe“ praktisch – Programm startet 2016

„Haben wir schon, bringt nichts!“ oder „Das ist doch viel zu viel Arbeit!“ lauten einige der Statements, wenn wir Fachhandwerker nach ihrer Meinung zu Facebook, Twitter, Pinterest und Co. befragen. Ein Blick auf die Facebookseiten der Mitglieder zeigt: Es ist unterschiedlich. Manche sind gar nicht vertreten, manche haben um die 20 bis 50 Freunde und der letzte Eintrag ist Monate her. Wenige haben mehr – sie zeigen Videos, sind im Dialog mit Kunden und Interessenten. Die Freundeszahlen sind hier dreistellig.

Einerseits können wir die Zurückhaltung gegenüber den Sozialen Medien (SoMe) verstehen: Die tägliche Arbeit frisst einige fast auf. Andere fühlen sich „zu alt“.

Neue Kommunikationswege bieten Chancen – gerade lokal

Aber andererseits: Wo geht's in Zukunft hin? Wie takteten die Leute? Wo holen sie sich Informationen? Wie entscheiden sie sich?

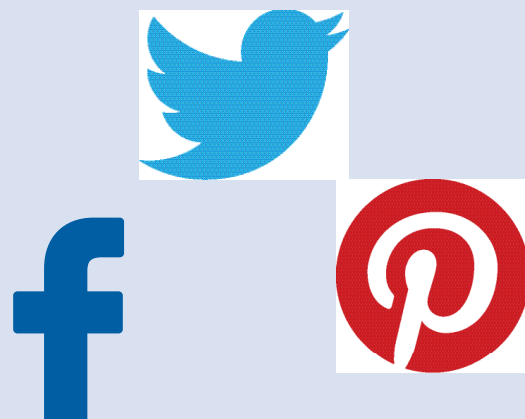
Wir sind ein Verband, der seinen Mitgliedern zukunfts-gewandte Lösungen aufzeigt. Darum halten wir es für unsere Pflicht, Ihnen hier mit konkreten Angeboten zu helfen: Umsetzbar vom Zeit- und Geldfaktor, praktisch vom Inhalt her („Was wollen wir denn da überhaupt erzählen und reinstellen?“).

Denn eins ist für uns klar: Wer bei den Sozialen Medien nicht mitmacht, verliert. Denn es wird trotzdem über ihn berichtet. Er oder sie hat dann nur keine Chance, einzugreifen, Meinung mitzugestalten oder selbst zu bestimmen, was kommuniziert wird. Da unterscheidet sich Facebook (als Beispiel) nämlich gar nicht vom „wirklichen Leben“: Wer persönliche Bindungen nicht pflegt, steht allein da. Da Fachhandwerker viel von Empfehlungen leben, ist das eine heiße Kiste – gefährlich! Darum: mitmachen – aber gewusst wie!

Auch bei Facebook wird nur mit Wasser gekocht!

Ab dem Frühjahr starten wir ein Seminarprogramm zum Thema „Erfolg in den sozialen Medien“. Denn allein „Freunde zählen“ ist nur die Spitze vom Eisberg. Wir werden sehr praxisgerecht zeigen, wie man die sogenannte „Interaktivität“ erhöht: Denn wenn Ihre Zielgruppen Positives über Sie weiter tragen, haben Sie gewonnen. Wer Angst vor negativer „Propaganda“ hat, erfährt, wie man professionell damit umgeht. Wir präsentieren Regeln für die passende „Nettiquette“ – also den Ton im Netz. Und wie man das Ganze managt – auch bei einem vollen Terminkalender. Das Alles mit dem Ziel, dass Ihre Wunschkunden sich gern an Sie wenden – weil sie Sie im Netz finden und sich ein Bild machen konnten. Das ist der erste Schritt für eine gelungene Kundenbeziehung.

Wir halten Sie auf dem Laufenden.



*Die Wunschkunden sind schon da:
im Kurznachrichtendienst Twitter, auf Facebook
und in der Bilder-Community Pinterest.*

*Und die LSH übrigens auch:
www.facebook.com/LSHGmbH*

ÜBER DIE LSH GMBH

Die LSH-Leistungsgemeinschaft SANITÄR-HEIZUNG GmbH (LSH) wurde am 09.01.1986 gegründet. Ihre Aufgabe ist die Unterstützung der Fachhandwerker bei der Optimierung von Geschäftsprozessen und bei der Professionalisierung von Marketing- und Serviceleistungen.

Ein weiteres Ziel ist die Vernetzung untereinander: Über 240 innovative Fachhandwerker der SHK-Branche sind in der LSH zu einer starken Gemeinschaft zusammengewachsen.

Das LSH-Team unter Leitung von Geschäftsführer Ralf Thyraun sorgt für wirkungsvolle, kreative und praxisgerechte Unterstützung in allen relevanten unternehmerischen Bereichen. Rahmenabkommen, kompetente Dienstleister und ein Vergütungsmodell runden die Leistungen der LSH ab. Die LSH hat ihren Sitz in Sarstedt, direkt am Hauptstandort der WIEDEMANN-Gruppe.



LSH - Leistungsgemeinschaft
SANITÄR-HEIZUNG GmbH
Am Boksberg 5
31157 Sarstedt
Tel: 05066 90 19 - 0
Fax: 05066 90 19 - 19
www.lsh.de
www.facebook.com/LSHGmbH

