



ANDREAS BUCK
 Chefredakteur,
 Klempnermeister
redaktion@baumetall.de



Volle Kanne!?

ABKÜHLUNG Die Sommerzeit geht zu Ende und der heiße Herbst steht vor der Tür. Unbestritten ist der Sommer die schönste Zeit des Jahres – auch für Klempner. Ebenso wie Eisverkäufer haben sie dieser Tage viel zu tun, und das ist gut so. Mit Vollgas wickeln sie ihre Aufträge ab, denn schließlich sollte für den Winter ein entsprechendes Polster auf dem Konto – sprich die Kanne wieder gefüllt sein. Zeit um durchzuatmen ist daher ebenso selten wie der Sprung ins erfrischende Nass. Vielmehr schwitzen die Kollegen auf heißen Blechdächern und manch einer sehnt sich dabei nach einer Abkühlung aus seiner selbstgebauten Blechgießkanne...

ABWICKLUNG Vielleicht erinnert ihn dieser Gedanke sogar an seine erste Gießkannenabwicklung. Und daran, wie sehr er in der Lehrwerkstatt ins Schwitzen kam, weil die „aufgeklappte“ Zeichnung der Gießkannenbrause nicht auf Antrieb gelingen wollte. Schade ist, dass heute aus dem Baumarkt kommt, was früher zur hohen Kunst der Klempnertechnik zählte. Doch bekanntlich befindet sich die Zeit im Wandel und kein Mensch wundert sich darüber, dass Blechkannen nicht mehr zum Broterwerb des Klempners gehören...

Oder doch? Im übertragenen Sinne schon: Das Gießkannenprinzip wird heute nicht mehr von Berufsschullehrern verkündet, vielmehr sprechen zahlreiche Marketingstrategen davon. Sie bezeichnen damit eine, wie mit einer Gießkanne gleichmäßig über die gesamte Zielgruppe verteilte, Marketingaktion und stellen deren Erfolg zu Recht in Frage. Stattdessen empfehlen sie zunächst eine eingehende Prüfung des tatsächlichen Bedarfs sowie die einzelfallabhängige Abwägung unterschiedlicher Dringlichkeiten.

GIESKANNENPRINZIP Will heißen: Zielgerichtetes, strategisches und durchgängiges Marketing ist unerlässlich. Das leuchtet ein, ist aber ausgerechnet jetzt schwer durchführbar. Zurück zum Eisdieleneffekt: In der zweiten Jahreshälfte verbleibt so gut wie keine Zeit für Neukundenwerbung. Doch wie wir alle wissen, ist gerade jetzt der beste Zeitpunkt dafür. Es ist die Zeit, die Kanne zu füllen und gleichzeitig für die nächste Füllung vorzusorgen. Genau dabei sind die Sondereditionen BEKLEIDET WOHNEN sowie die vorliegende BAUMETALL effektiver als das Gießkannenprinzip. Probieren Sie es aus und setzen Sie beide Fachzeitschriften zur Auftragsabwicklung ein. Zeigen Sie Ihren Kunden, wozu Klempner heute in der Lage sind und erfahren Sie in Kürze alles über zielgerichtetes Marketing.

MEIN TIPP: Versorgen Sie Ihre Planer mit entsprechenden Fachinformationen. Dazu sind vor allem die Sondereditionen BEKLEIDET WOHNEN vortrefflich geeignet.

Herzlichst Ihr

Klempnermeister Andreas Buck
 (Chefredakteur)