



Bild: Garant Bad + Haus

Regionale Kampagne (Google Suchmaschine + Social Media)

Themenwelt mit Ihrem Expertenprofil (regional ausgespielt)

Die Onlinekampagne fürs Bad wird vor allem über Social-Media-Kanäle ausgespielt. Mit regionalem Schwerpunkt und je einem Handwerksbetrieb vor Ort, der lokal mit eingebunden ist.

Mit Social-Media-Kampagnen fürs Bad interessieren

Eine Online-Werbekampagne wirbt um Aufträge für die Badmodernisierung. Dahinter steckt Garant Bad + Haus in Kooperation mit HSK Duschkabinenbau. Es handelt sich nicht um eine Dach-Kampagne, die einfach über ganz Deutschland ausgespielt wird. Stattdessen wird sie regional vor Ort ausgesteuert, mit im Boot ist jeweils ein lokaler Handwerksbetrieb. Was da über Social-Media, über Google-Adwords und Display-Kampagnen läuft, hat sich SBZ-Chefredakteur *Dennis Jäger* angeschaut.

Für den Bereich Sanitär ist 2023 beileibe kein leichtes Jahr. Besonders alle Themen rund um die Badgestaltung haben es schwer. Zu groß ist die Unsicherheit auf Seiten der Kunden, verursacht durch das Gerangel ums Gebäudeenergie-Gesetz, Inflation und die angespannte weltpolitische Lage. Da sitzt das Geld nicht mehr so locker. Vor allem nicht für ein neues Bad. Diese Erfahrung machen Hersteller und Großhandel, Handwerksbetriebe und Handwerkskooperationen gleichermaßen. Kurz formuliert: Bad läuft im Jahr 2023 schleppend.

Aber das muss ja nicht so tatenlos hingenommen werden. Gerade weil es schleppend läuft, ist es wichtig, sich beim Endkunden wieder und wieder ins Gedächtnis zu rufen – sprich: Werbung betreiben. Das kann über verschiedene Wege geschehen, zum Beispiel im digitalen Raum oder gedruckt (etwa über Plakatwände), mit den unterschiedlichsten Botschaften: Komplettbadmodernisierung und Barrierefreiheit, Well-



Bild: Garant

„Marketing und Verkauf haben wieder einen ganz anderen Stellenwert gewonnen.“

Hendrik Schütte

ness-Oase und Rückzugsort. Große Hoffnung verbunden wird aktuell mit der „Teilmodernisierung im Bad“. Branchenbeteiligte jeglicher Couleur setzen darauf, mit dieser Herangehensweise jetzt die Aufmerksamkeit potenziell Interessierter zu gewinnen. Damit es mittelfristig wieder zu einer deutlichen Zunahme an Aufträgen rund ums Bad kommt.

Intensiv bespielt wird das Thema „Bad“ derzeit von dem SHK-Verband Garant Bad + Haus in Kooperation mit HSK Duschkabinenbau. Die Verantwortlichen um Hendrik Schütte (Geschäftsführer der Garant Marketing GmbH) haben eine Onlinekampagne gestartet, die durchaus als beispielhaft für die SHK-Branche bezeichnet werden darf. Ausgespielt wird sie vor allem über Social-Media-Kanäle. Die Social-Media-Kampagne besteht aus einer Reihe von Beiträgen (Posts). Sie stellen die verschiedenen Anknüpfungspunkte im Bad in den Vordergrund. Mit ungewöhnlichen Bild-Text-Kombinationen ziehen die Macher da-

Die digitale Ansprache der Endkunden erfolgt regional.

hinter in den Wettbewerb um die Aufmerksamkeit des Endkunden. Joachim Schulte (HSK) sieht das so: „Uns ist wichtig, dass der Handwerker vor Ort präsent ist und dem Verbraucher signalisiert: Wenn du ein Bad brauchst, dann komm zu mir, ich bin für dich da.“ Ziel ist, Interessierte auf die Online-Plattform www.Badträume.de zu lotsen. Dort finden Verbraucher umfangreiche Informationen und Inspiration in verschiedenen Themenwelten. Sie erhalten zudem eine erste Vorstellung zu den möglichen Kosten. Die digitale Ansprache der Endkunden erfolgt regional, mit eingebunden als Pilotbetriebe sind einige lokale SHK-Handwerksunternehmen aus dem Umfeld der Garant Bad + Haus. Jede Themenseite zeigt direkt den regional passenden Badexperten und bietet Möglichkeiten zur Kontaktaufnahme. Ganz wichtig: Es handelt sich hier nicht um eine digitale Konkurrenz zu bestehenden Onlineportalen der SHK-Fachbetriebe. Vielmehr ist das Portal in Verbindung mit der Social-Media-Kampagne wie ein zusätzlicher Vermarktungskanal zu sehen.

Hendrik Schütte: „Das die Kunden einfach kamen, das war in den letzten Jahren im Grunde gefühlt ein Automatismus. Jetzt muss man sich eben strecken, und im regionalen Markt wieder bemerkbar machen und sich als Handwerksbetrieb klar profilieren. Da unterstützen wir als Verband unsere Partner gezielt. Das heißt, das Thema Marketing und Verkauf hat wieder einen ganz anderen Stellenwert gewonnen und wird von der Bedeutung her sicherlich in den nächsten Jahren weiter zunehmen.“ Die Vorteile der Kampagne liegen auf der Hand: Die Teilnehmer erhalten eine höhere Sichtbarkeit und mehr Reichweite in einer klar umrissenen Kundengruppe. Die digitale Werbung ist individuell abgestimmt auf die Betriebe, es gibt zielgruppengerecht aufberei-



Bild: HSK

„Jeder, der für Bad wirbt, wirbt erstmal für die ganze Branche.“

Joachim Schulte

Neue Veranstaltung: Bad + Haus Connect 23

Am 18. November 2023 lädt Garant Bad + Haus seine Partner aus Industrie und Handwerk zur ersten Ausgabe der Messe „Bad + Haus Connect“ ein. Im A2 Forum in Rheda-Wiedenbrück erwartet die angeschlossenen SHK-Handwerkspartner ein breites Spektrum an Lieferanten und spannenden Dienstleistungspartnern für den aktiven SHK-Handwerksbetrieb. In der derzeitigen schwierigen Marktlage baut der SHK-Verband seine Aktivitäten aus, um Industrie und Handwerk insbesondere im Sanitärgeschäft gezielt zu unterstützen. Aber auch das boomende Geschäft im Bereich Heizung und Wärme verlangt mehr denn je einen engen persönlichen Austausch aller Beteiligten. Das neue Messeformat wartet daher mit einer großen Bandbreite an Lieferanten aus der 2- und 3-Stufigkeit aus Sanitär und Heizung auf. Mit dabei sind unter anderem HSK, Laguna, Buderus, Frattini, Wedi, Badea, Maincor und Tece.

tete Posting-Vorlagen. Flankiert wird der Prozess von Suchmaschinen-Werbung. Es handelt sich um regionale ausgespielte Anzeigenschaltungen über Google. Sie wird Kunden angezeigt, die bereits aktiv in den Informationsprozess eingestiegen sind. Geht die Rechnung auf? Laut Hendrik Schütte ist das Vorgehen erfolgreich: „Im Bereich der Suchmaschinen-Kampagnen haben wir Klickraten zwischen 11 und 14 Prozent. Das lässt auf eine hohe Relevanz des Themas und unseres Angebotes schließen. Aktuell werden je regionaler Social-Media-Kampagne bis zu 11.867 potenzielle Kundeninteraktionen (alle Klicks) bei einem Durchschnittswert von nur 0,21 Euro Kosten je Kundeninteraktion erreicht.“ Daraus können sofort verwertbare Kontaktdaten (Leads) entstehen, die mittelbar zu Aufträgen führen. Das muss aber so nicht sein. Wie immer zählt auch hier der Langzeit-Effekt. Wer jetzt als Interessierter guckt, wird vielleicht erst im kommenden Jahr über eine Badmodernisierung nachdenken. Auch Joachim Schulte findet, dass die Kampagne darüber hinaus einen Mehrwert für die beteiligten SHK-Handwerksunternehmer hat: „Das ist ein

anschauliches Beispiel, dass man auch Werbung auch in anderen Gefilden machen kann. Die Partnerbetriebe merken ja an den Reaktionen, wie es läuft. Und sie haben natürlich einen Partner an ihrer Seite, der das für sie professionell managet.“

Wie geht es weiter? „Es sind jetzt fast 30 SHK-Betriebe an Bord, mehr als 20 Kampagnen laufen, die nächsten sind in Vorbereitung. Wir wollen natürlich noch weitere Partner gewinnen. Wir werden irgendwann mal über rund 80 aktive Standorte reden, die bei dem Konzept mitmachen können“, sagt Schütte. Und Joachim Schulte ergänzt: „Jeder, der für Bad wirbt, wirbt erstmal für die ganze Branche.“

(dj)