

NEUE DACHMARKE FÜR ALLE INSTALLATEURE

Im Jänner 2015 starten alle Landesinnungen erstmals gemeinsam unter dem Dach der Bundesinnung mit einer neuen Dachmarke. Die österreichweite Kampagne wird das Image des Berufsstands verbessern, vereint die Bedürfnisse von neun Bundesländern unter einem Dach – und bringt jedem einzelnen Installateur Vorteile!

Am Beginn der Dachmarke „Österreichische Installateure“ stand der Wunsch der Bundesinnung und aller Landesinnungen, die Kräfte und finanziellen Mittel zu vereinen und einen gemeinsamen, kohärenten und schlagkräftigen Auftritt zu erstellen. Seinen Anfang nahm die nun fertiggestellte Dachmarke nach einem 3-Länder-Treffen mit den Innungen aus Deutschland und der Schweiz. Von diesem Treffen nahm Bundesinnungsmeister KR Ing. Michael Mattes den Wunsch mit, ähnlich wie in den Nachbarländern die Werbemittel aller Landesinnungen gebündelt für die gemeinsame Sache einzusetzen. Die Bundesinnung verordnete sich dar-

aufhin ein intensives, Nachdenken über gemeinsame Ziele. Eine Arbeitsgruppe mit Teilnehmern aus allen Bundesländern erarbeitete mit der Strategieberatungsagentur „SeekYou“ ein Konzept, das nach zweijähriger Vorbereitungsarbeit einstimmig von allen Landesinnungen beschlossen wurde.

GEMEINSAME FINANZIERUNG

Die Stärke der so konzipierten Dachmarke resultiert daraus, dass die Bundesinnung sowie jede einzelne Landesinnung sowohl ihr Wissen als auch ihre finanziellen Mittel einbringt, sodass am Ende alle gemeinsam davon profitieren können. Die Dachmarke ist daher im Wesent-

lichen ein Gemeinschaftsprojekt und betont die Beibehaltung der länderspezifischen Flexibilität. Die Finanzierung basiert auf den Beiträgen aller Landesinnungen, die von der neuen Kampagne auch wirtschaftlich profitieren werden. Denn bei einer gemeinsamen Dachmarke fallen für die Länder all jene Overheadkosten weg, die bei der Erstellung einer Werbekampagne zu Buche schlagen – anstatt neun Mal „das Rad neu zu erfinden“, können jetzt alle auf einen „Werkzeugkasten“ zugreifen und jene Teile der Werbung nutzen, die für die Situation im eigenen Bundesland sinnvoll und nützlich sind. Dabei profitieren kleinere Bundesländer sogar mehr als größere, denn aus dem

gemeinsamen Finanzierungstopf kann eine wesentlich schlagkräftigere, überregionale Kampagne auf die Beine gestellt werden, als sie mit geringen Mitteln auf regionaler Ebene möglich ist. Insgesamt ist die neue Dachmarke wirtschaftlich bereits ein Erfolg – denn die Installateure sparen sich einen Haufen Geld, indem sie von der Gemeinschaft profitieren.

IMAGE BEI ALLEN ZIELGRUPPEN HEBEN

Anfang 2014 wurde das derzeitige Image der Installateure im Auftrag der Bundesinnung von einem Marktforschungsinstitut erhoben. Dabei wurden alle relevanten Zielgruppen intensiv befragt: Privatkunden, gewerbliche Kunden sowie Berufsanwärter, also zukünftige Lehrlinge. Diese qualitative Meinungsforschung zeichnete ein klares Bild des Status quo, in dem die Stärken und Schwächen des Images der Installateure deutlich zum Vorschein kamen. Davon ausgehend wurde ein gewünschtes Soll-Bild erarbeitet, das als Grundlage für die neue Dachmarke dient.

Bei den privaten und gewerblichen Kunden soll das Image des „österreichischen Installateurs“ vom reinen Problemlöser (Rohrverstopfungen, tropfende Wasserhähne) hin zu einem fachkompetenten Partner bei anspruchsvollen Projekten mit Beratungs- und Planungskompetenz rund um Heizung, Sanitär und Lüftung gewandelt werden. Bei den Berufsanwärtern zwischen 14 und 17 Jahren soll das Berufsbild des Installateurs



PAUKOVITS

Vereint für die neue Dachmarke (v.l.n.r.): BIM KR Ing. Michael Mattes, BIM-Stv. LIM-NÖ Karl Pech, DI Christian Atzmüller (Geschäftsführer Bundesinnung der Sanitär-, Heizungs- und Lüftungstechniker).



Österreichische Installateure

DIE SPEZIALISTEN FÜR HEIZUNG, LÜFTUNG UND SANITÄR

aufgewertet werden. Der Beruf des Installateurs wird als abwechslungsreiche Kombination aus Beratungs- und Planungsarbeiten mit handwerklichen Tätigkeiten bei den zukünftigen Lehrlinge und deren Eltern dargestellt werden – so könnte um die Qualität der Berufsanwärter gesteigert werden.

FÜR DIE MITGLIEDS- BETRIEBE

Für die neue, positive Dachmarke sollen die Installationsbetriebe zu Partnern und Botschaftern gemacht werden. Auf die Betriebe wartet eine Fülle an Möglichkeiten und Unterstützungsangeboten, die von Werbemitteln über Fachinformationen bis zur Hilfe bei Fragen der Betriebsführung reichen. Daher sind die Unternehmer auch die ersten, die über die neue Dachmarke informiert werden.

Anfang Jänner geht an alle Installationsbetriebe eine ausführli-

che Information über Ziele, Inhalt und Möglichkeiten der neuen Dachmarke. Das geschieht zeitgleich mit dem Launch der Website www.dieinstallateure.at, die ab 12. Jänner online sein wird. Die Betriebe können über diesen Internet-Auftritt dann die ersten kostenfreien Pakete an Werbemitteln bestellen. Als besonderen Anreiz wird es ein Gewinnspiel geben, bei dem die Installateure attraktive Preise gewinnen können.

Gleichzeitig werden alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Landesinnungen eingeschult, sodass die Installateure ab Mitte Jänner in bewährter Weise auf die Unterstützung ihrer Ansprechpartner in den Landesinnungen zählen können, wenn rund um die Dachmarke Fragen auftauchen sollten.

ERSTE WERBESPOTS

Auf den Start der Website folgt eine erste Welle an Werbespots,

die die Marke „Österreichische Installateure“ in die Köpfe der Kunden platzieren wird. Auch für die Endkunden wird es ein Gewinnspiel geben.

Das Jahr 2015 wird der Etablierung der Dachmarke und der Bekanntheitssteigerung dienen. Ab März wird beispielsweise die Website www.meinelehre.at österreichweit gestartet werden, die bisher der Lehrlingswerbung der oberösterreichischen Innung vorbehalten war und die von der Landesinnung für die Kampagne zur Verfügung gestellt wird. Diese Adresse wird zentral für die Kommunikation mit den Berufsanwärtern sein. Mittel- und langfristig werden bestehende Initiativen eingebunden und Partnerorganisationen sowie Marktpartner eingeladen, gemeinsam mit den Installateuren an der Aufwertung des Images der Branche zu arbeiten. Zentral dabei ist, dass regionale Besonderheiten immer berück-

sichtigt werden und jedes Bundesland in der Kommunikation mit ihren speziellen Zielgruppen unterstützt wird – so können unter der Dachmarke die Kampagnen für Tiroler Hotelleriebetriebe ebenso ihren Platz finden wie die Werbung für städtische Wohnungsbesitzer.

Die neue Dachmarke wird den Begriff „österreichische Installateure“ positiv besetzen und als Qualitätsgarantie für den gesamten Berufsstand etablieren. Unter Leitung der Bundesinnung entsteht eine Marke, die für jeden einzelnen Betrieb und für den gesamten Berufsstand langfristig und nachhaltig wirksam sein wird.