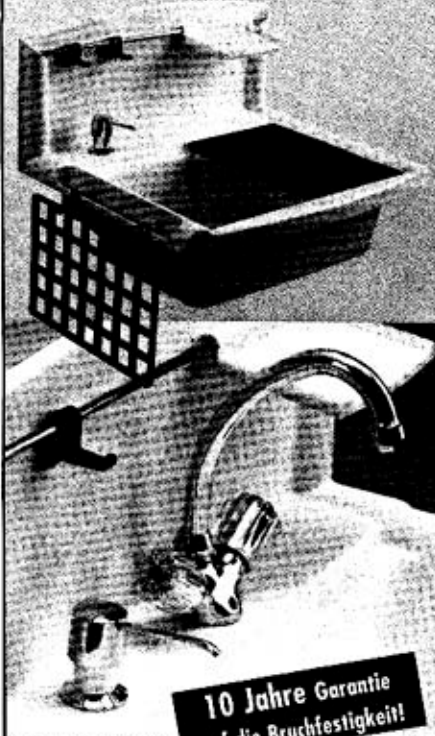


# abusanitair

## abu multiset

### Funktionsbecken

# Waschechter Komfort



**10 Jahre Garantie  
auf die Bruchfestigkeit!**

Modernes Design und Funktionalität machen dieses Becken zum Schmuckstück und gern gesehenen Helfer in Keller, Heizung, Garage, Waschraum, Garten und anderswo.

#### Ausstattung:

2 integrierte Handtuchhalter, Edelstahlring, Seifenschale, 2 Haken für Zubehör, optional Seifenspender, Auflagerost und Abtropfschale. In die breite Ablagefläche können Armatur und Seifenspender eingebaut werden.

Weitere Info bei:

## Abu-plast

Kunststoffbetriebe GmbH  
Am Borswiler 20  
D-40647 Rodental  
Tel.: +49(0)9563/930  
Fax: +49(0)9563/93226  
e-mail: info@abu.de  
www.abu.de

an OAlaxis company



**Stefan Möllenhoff, Leiter Marketing Vaillant Deutschland und Diana Scherer, Leiterin Kundenkommunikation Vaillant Deutschland** präsentierten eine Fülle Marketingunterstützender Vaillant-Services.



**Michael Schmitt leitet einen Fachbetrieb für Gebäudetechnik. In seinem Referat erläuterte er praxisnahes Handwerkermarketing am Beispiel seines Betriebes.**

zahlen bei der handwerklichen Dienstleistung auch einen Mehrwert an Emotionen. Deshalb braucht das Handwerk der Zukunft mehr Sex-Appeal.“ Bernd Dornach sieht Chancen in der Spezialisierung der Betriebe. Damit meint er neben der Qualität und Auswahl der Produkte auch die Qualität der Zielgruppe. „Nur wer mit den besten Herstellern und den besten Mitarbeitern, die profitabelste Zielgruppe bedient, hat Chancen.“ Außerdem sollten seiner Meinung nach die Mitarbeiter besser integriert werden. Das Potenzial der Mitarbeiter müsse auch genutzt werden. Dabei stehe nicht ausschließlich fachliches Können im Vordergrund. Auch durchschnittlich qualifizierte Monteure könnten durch gelebte Begeisterung die Außenwirkung eines

Unternehmens mitgestalten. Die Finanzierung des erhöhten Engagements der Mitarbeiter stellt für Dornach kein Problem dar: „Kommt der Unternehmer dem Wunsch der Mitarbeiter nach einem krisensicheren Arbeitsplatz nach, kann er deren Engagement fördern. Der Chef muss auch Vorbild sein und sein eingefordertes Wunschbild selbst vorleben. Nur ein erfolgreicher Unternehmer ist authentisch und hat erfolgreiche Mitarbeiter. Motivationsfördernde Entlohnung ergibt sich dann von selbst“.

### Mit gutem Beispiel voran: Der Chef als Vorbild seiner Vision

Wie sich Stammkunden profitabel managen lassen, vermittelte anschließend Dr. Wolf Lasko von Winner's Edge, Gesellschaft für resultatorientierende Veränderungsprozesse, in seinem Vortrag. Michael Schmitt, Elektromeister und Konzessionsträger für Heizung und Sanitär, zeigte am Beispiel seines Betriebes praxisnahes Handwerkermarketing. Schmitt leitet die PS-Gebäudetechnik in Köln. Das Unternehmen wurde vor kurzem als eines der sieben besten Dienstleistungsbetriebe in Nordrhein-Westfalen mit dem Service-Star ausgezeichnet.

Den Abschluss des Kongresses bildete ein opulentes Mahl bei Starkoch Ekkehard Witzigmann. Im seinem, einem Zirkuszelt nachempfunden, Witzigmann-Palazzo servierten Varieté-Künstler – zum viergängigen Menü – ein kurzweiliges Programm. (hok)