

Wie wir arbeiten. Ein Beispiel: BrandNews.

Kunde: Franz Kaldewei GmbH & Co KG

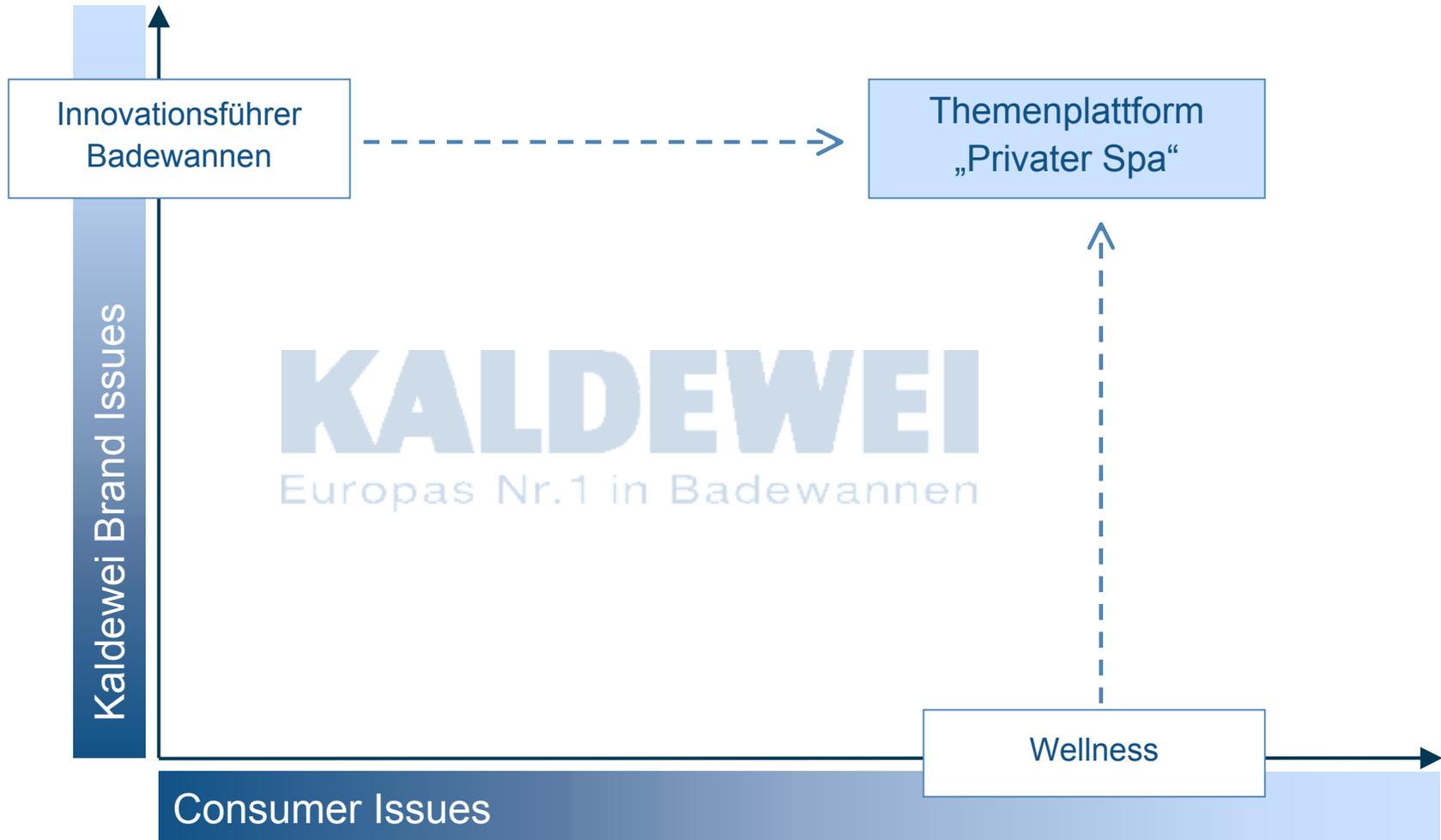
Aufgabe: Emotionalisierung der Marke Kaldewei

Ansatz: Profilierung über Themen, die die Markenwelt repräsentieren:
Wellness, Lifestyle und Design

Umsetzung:

- Identifikation von Themenplattformen
- Systematische Kommunikation der Themen über Medienarbeit, Messe-PR, Online-PR, Kooperationen
- Umsetzung der Themen in Publikationen, z. B. Partner-Magazin „Bad und mehr“
- Emotionale Inszenierungen der Marke durch Events

Brand Issues Management.



Wie wir arbeiten. BrandNews.

Bad & mehr
DAS KALDEWEI-PARTNER-MAGAZIN
AUSGABE 3/99

Raum für neue Ideen

Starylan – der Wunderwerkstoff des 21. Jahrhunderts fürs Bad?

Mehr Sinnlichkeit fürs Badezimmer

Das Wesentliche im Bad.
KALDEWEI

WELT DES BADES

Zufriedene Kunden sind das A und O

Joost Scholter ist langjähriger Vertriebsleiter bei Kaldewei.

Was bedeutet Vertrieb heute?

Vertrieb ist Dienst am Kunden. Dies heißt vor allem, Partner des Kunden zu sein. Seine Bedürfnisse stehen im Mittelpunkt unseres Denkens und Handelns. Wenn ein Problem auftaucht, lösen wir es – und lernen daraus. Denn Probleme sind immer auch Chancen, um unsere Leistungen zu verbessern.

Bei Kaldewei wird der Service seit jeher groß geschrieben, wie setzen Sie diesen in die Tat um?

Da haben wir natürlich zuerst unsere Aufwendigkeit, der nach den Grundrissen arbeitet, die ich eben genannt habe. Dann gibt es in Abden die Servicebeziehung und die Objektbeziehung, deren Mitarbeiter von der Zentrale aus im Kundendienst tätig sind. Telefonverkauf und Lieferservice ermöglichen die reibungslose Abwicklung der Bestellungen. Mit unserer Kundenzeitschrift „Bad & mehr“ bieten wir wertvolle Informationen und halten unsere Marktpartner auf dem neuesten Stand, zum Beispiel über neue Produkte oder Serviceleistungen.

Die Welt verändert sich immer schneller. Betrifft das auch die Welt des Bades?

Zweifellos. Auch Kaldewei als weltweiter Marktführer kann sich nicht auf seinen Lorbeeren ausruhen. Unsere Partner wollen Neues präsentieren. Dabei benehmen wir uns ständig, Innovationen in den Markt einzubringen – und das mit Erfolg. Denken Sie nur an das Whirlbadesortiment: mit dem wir auf die so genannte „Wellness“-Nische eingetreten haben. Oder nehmen Sie das jüngste Beispiel, Starylan, Gerade an dieser neuen Werkstoffkombination kann man erkennen, wie Kaldewei vorgeht: Zufriedene Kunden sind das A und O – sowohl für uns als Hersteller als auch für die Installateure. Daher stand außer Frage, auf Stahl zu verzichten, denn das ist und bleibt das Material, aus dem gute Whirls gemacht sind. Starylan ist die Möglichkeit, die Vorteile auch für den Handwerker zu bewahren und dennoch einer bestimmten Zielgruppe ein neues Angebot zu machen. Heute trägt so ein Hersteller vor allem ein Dienstleister für den Kunden. Wir im Vertrieb kennen die Wünsche und Erfahrungen unserer Partner vor Ort, und es ist unsere Aufgabe, dieses Wissen in den Betrieb hineinzutragen.

KALDEWEI ÜBERZEUGT BEIM „ELCHTEST“

In Schweden können Kunden zur Probe planschen

Wir ein neues Schlafzimmer kauft, wird sicherlich ein „Probefliegen“ vereinbart. Schließlich wird man in den neuen Betten einen Gattich seines Lebens verbringen. Auch ein Bad „schluckt“ Zeit – umso mehr, wenn man sein ganz persönliches Badezimmer als willkommenen Entspannungspflanz. Doch wer käme auf die Idee, vor dem Kauf einer neuen Whirlbade gleich ins Geschäft zum „Probefliegen“ überzugehen? In Schweden ist das neuerdings kein Problem: das „Radkars-Isaer“ macht's möglich. Dahinter verbirgt sich ein

„Badesonnenhaus“, in dem auf 250 Quadratmetern Badewannen der Komfort- und Premiumlinie ausgestellt und zum Kauf angeboten werden. Das „Radkars-Isaer“ liegt auf Söderholm, einer der größten Inseln Stockholms und gleichzeitig bevorzugtes Wohngebiet der schwedischen Metropole. Der Clou des Hauses ist eine Art „Echtbad“ fürs Badevergnügen: das so genannte Probekabinenhaus. Dort werden die unterschiedlichsten Whirl-Systeme gezeigt, unter anderem das Turbo- und Variosystem von Kaldewei. Der Kunde hat tatsächlich die Möglichkeit, einen Badermin zu buchen und die Whirlbade live zu testen. Und mit diesem Elchtest hat Kaldewei auch seine schwedischen Fans überzeugt.

Essenzen für Körper und Seele

Baden – das ist vor allem Besinnung auf sich selbst. Ätherische Öle und Extrakte aus Blumen und Kräutern steigern nicht nur die momentane Befindlichkeit, sie sind auch ein wahrer Segen für Körper und Psyche. Sie entspannen, vertreiben schlechte Laune und Stimmungstiefs. Ein paar Tropfen ins Badewasser genügen. Vorbigt ist, dass wir im warmen Wasser die Zehnfache an Wirkstoffen aufnehmen über die Haut und über die Atemwege. Aromatische und heilende Dämpfe aus Badesensenzen setzen sich nämlich mikroskopisch fein auf die Schleimhäute von Bronchien und Lungen. Doch bitte nicht zu heiß baden: Bei höheren Temperaturen verlieren manche Öle ihre Wirkung.

Doch welcher Zusatz hat welche Wirkung? „Bad & mehr“ hat die beliebtesten Essenzen unter die Lupe genommen.

Rose: Gute-Laune-Duft, erfrischt und pflegt die Haut.

Lavendel: entspannt und stärkt Körper und Seele.

Fichtennadel: beibet und wirkt wohltuend auf die Atemwege.

Hendblume: kurbelt den Stoffwechsel kräftig an.

Rosmarin: wirkt stimulierend und kreislaufregend.

Mandel: pflegt und glättet die Haut.

Orangen: erfrischt und feuchtigkeitsbewahrend.

Melissenblüten: regulieren und beirrigten die Hautfunktionen.

Pfefferminze: löst Verkrampfungen.

Melisse: Balsam für das Nervenkostüm.

Bad & mehr

Bad & mehr, Kundenzeitschrift (02/2000).

Wie wir arbeiten. BrandNews.



Pressepräsentation Kaldewei Whirl-Wannen, 08/2002, Bobby Reich, Hamburg.

Wie wir arbeiten. BrandNews.



Pressepräsentation Kaldewei Whirl-Wannen, 05/2003, Seehaus im Englischen Garten, München.

Wie wir arbeiten. BrandNews.



RTL, RTL München Live, 23.05.2003